

TỔNG QUAN KINH NGHIỆM QUỐC TẾ VÀ NHỮNG CƠ HỘI, THÁCH THỨC ĐỐI VỚI PHÁT TRIỂN DU LỊCH NÔNG NGHIỆP Ở VIỆT NAM

Nguyễn Thọ Quang Anh, Trần Đình Thao*, Nguyễn Hữu Nhuận

Khoa Kinh tế và Phát triển nông thôn, Học viện Nông nghiệp Việt Nam

*Tác giả liên hệ: thaoktl@vnua.edu.vn

Ngày nhận bài: 21.03.2023

Ngày chấp nhận đăng: 21.06.2023

TÓM TẮT

Du lịch nông nghiệp là loại hình du lịch phổ biến ở các nước phát triển, tuy nhiên loại hình du lịch này mới được chú trọng ở các nước đang phát triển trong đó có Việt Nam. Phát triển du lịch nông nghiệp mang lại các lợi ích như đa dạng hóa các hoạt động nông nghiệp, tăng trưởng kinh tế, bảo tồn bản sắc văn hóa, sản xuất, giảm ô nhiễm môi trường nhưng cũng vẫn còn một số hạn chế tồn tại. Bài viết này trình bày kết quả phân tích tổng quan các kinh nghiệm trong phát triển du lịch nông nghiệp trên thế giới và những cơ hội, thách thức cho phát triển du lịch nông nghiệp ở Việt Nam; từ đó đề xuất một số gợi ý về định hướng chính sách phát triển du lịch nông nghiệp cho Việt Nam trong thời gian tới.

Từ khóa: Du lịch nông nghiệp, cơ hội, thách thức.

A Review of International Experiences and Opportunities and Challenges for Agricultural Tourism Development in Vietnam

ABSTRACT

Agritourism is a popular type of tourism in developed countries, but it has been only paid attention to by developing countries including Vietnam recently. Developing agritourism brings much benefits such as diversification of agricultural activities, economic growth, preservation of cultural identity, production, and reduction of environmental pollution, but remains some limitations. This paper presents the results of the overall analysis of experiences in developing agritourism in the world, opportunities, and challenges for agritourism development in Vietnam. From there, some suggestions on the policy for agritourism development of Vietnam in the coming time are proposed.

Keywords: Agritourism, opportunity, challenges.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Thuật ngữ “du lịch nông nghiệp” thường được định nghĩa là một loạt các hoạt động du lịch liên quan đến nông nghiệp. Hoạt động được thực hiện trong trang trại hoặc môi trường nông nghiệp khác để nghỉ ngơi, giải trí hoặc mục đích giáo dục (Sznajder & cs., 2009; Gil Arroyo & cs., 2013; Karampela & cs., 2021). Du lịch nông nghiệp có lịch sử lâu đời ở các nước phát triển (Bhatta & cs., 2019), nhưng sự phát triển ở các nước đang phát triển đặc biệt là ở các nước châu Á, vẫn còn hạn chế (Bhatta & cs., 2019; Bhatta

& Ohe, 2019). Theo các nghiên cứu quốc tế, phát triển du lịch nông nghiệp như một lựa chọn để đa dạng hóa hoạt động nông nghiệp được biết đến như một nguồn tạo việc làm và tăng trưởng kinh tế (Kumar & cs., 2015; Abadi & Khakzand, 2022). Loại hình du lịch này giúp nông dân có thêm thu nhập nhờ thu hút khách du lịch đến các vùng nông nghiệp. Nó cũng góp phần sử dụng hiệu quả tài sản sẵn có và giúp bảo tồn di sản văn hóa và truyền thống (McGehee & cs., 2007; Barbieri, 2013). Cùng với quá trình đô thị hóa và công nghiệp hóa nhanh, loại hình du lịch này cũng tạo ra một hình thức thư giãn về tâm

lý và tinh thần ở các vùng nông thôn, tạo thành một xu hướng du lịch nghỉ dưỡng và trải nghiệm ngày càng phát triển (Farsani & cs., 2019). Ngoài ra, loại hình du lịch này có tiềm năng cải thiện năng suất nông nghiệp (Ashley & cs., 2007) cũng như giảm sự di cư từ nông thôn ra thành phố (Tew & Barbieri, 2012), tăng sự tham gia của xã hội (Baum & Weingarten, 2004; Roman & cs., 2020), tạo thị trường mới để bán các sản phẩm nông nghiệp, phát triển kinh tế khu vực, giáo dục khách du lịch về nông nghiệp bền vững và mang lại nhiều nguồn lực kinh tế cho chính phủ, khu vực tư nhân và cộng đồng địa phương (Hamilpurkar, 2012).

Với tiềm năng đa dạng, phong phú về tài nguyên du lịch, Việt Nam đã và đang trở thành điểm du lịch đáng quan tâm ở khu vực và thế giới với nhiều loại hình du lịch hấp dẫn, đặc biệt là du lịch nông nghiệp. Tuy nhiên, du lịch nông nghiệp ở Việt Nam phát triển chưa tương xứng với tiềm năng nguồn lực và vị thế của mình. Cụ thể như nhận thức xã hội về du lịch còn hạn chế; nguồn nhân lực du lịch còn thiếu và yếu (Nguyễn Thị Hà, 2019); chất lượng sản phẩm du lịch chưa cao, thiếu tính độc đáo riêng của từng vùng (Ngô Thị Phương Lan & cs., 2020); cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch còn yếu, chưa được đầu tư đúng mức và đồng bộ; nhiều điểm du lịch rất hấp dẫn nhưng cơ sở hạ tầng và dịch vụ còn rất nghèo nàn; công tác quảng bá, xúc tiến du lịch chưa được chú trọng; thiếu sự liên kết, hợp tác trong quản lý và hoạt động du lịch giữa các tỉnh thành trong khu vực và cả vùng với các tỉnh thành trong cả nước (Nguyễn Thị Hà, 2019; Ngô Thị Phương Lan & cs., 2020). Là một nước đi sau trong phát triển du lịch nông nghiệp, Việt Nam kế thừa được các bài học kinh nghiệm của các quốc gia phát triển từ đó chọn được chiến lược phát triển phù hợp.

Bài viết này trình bày kết quả nghiên cứu tổng quan kinh nghiệm trong phát triển du lịch nông nghiệp trên thế giới, phân tích những cơ hội, thách thức cho phát triển du lịch nông nghiệp ở Việt Nam. Từ đó đề xuất một số gợi ý về định hướng chính sách phát triển du lịch nông nghiệp cho Việt Nam trong thời gian tới. Kết quả nghiên cứu không chỉ đóng góp về mặt

thực tiễn mà còn góp phần làm giàu cơ sở lý luận về phát triển du lịch nông nghiệp đối với các nước đang phát triển trong bối cảnh đô thị hóa và biến đổi khí hậu.

Thông tin trong nghiên cứu này được thu thập chủ yếu từ các công bố trong nước và quốc tế, văn bản chính sách của Chính phủ Việt Nam liên quan đến phát triển du lịch nói chung và du lịch nông nghiệp nói riêng. Nghiên cứu sử dụng các phương pháp nghiên cứu tại bàn, phương pháp tổng hợp, kế thừa nhằm mục đích phân tích và tổng hợp những kết quả nghiên cứu, những kinh nghiệm trong phát triển du lịch nông nghiệp của quốc tế và Việt Nam, từ đó thảo luận về những cơ hội và thách thức đối với phát triển du lịch nông nghiệp tại Việt Nam trong thời gian tới.

2. KINH NGHIỆM PHÁT TRIỂN DU LỊCH NÔNG NGHIỆP Ở MỘT SỐ QUỐC GIA TRÊN THẾ GIỚI

2.1. Xây dựng cơ chế chính sách hỗ trợ cho phát triển du lịch nông nghiệp

Phát triển du lịch nông nghiệp cần có sự đầu tư các nguồn lực lớn (Bhatta & Ohe, 2020) cùng với đó là quá trình từ quyết định đầu tư đến thu được lợi nhuận cần có khoảng thời gian dài (Gao & cs., 2014). Chính vì vậy, để thúc đẩy du lịch nông nghiệp, các quốc gia đều thực hiện hỗ trợ cho tác nhân tham gia du lịch nông nghiệp thông qua các chính sách khác nhau. Có hai xu hướng chính trong việc can thiệp chính sách hỗ trợ phát triển du lịch nông nghiệp của các quốc gia (Jin & cs., 2021), trong đó các nước phát triển du lịch nông nghiệp từ lâu như Mỹ, Canada và một số quốc gia ở châu Âu như Anh, Pháp, Hà Lan tập trung vào chính sách giúp định hướng cho phát triển du lịch nông nghiệp, cũng như gắn kết các tác nhân trong chuỗi giá trị sản phẩm du lịch nông nghiệp phát triển (Mahmoodi & cs., 2022) và các nước phát triển du lịch nông nghiệp chậm hơn sẽ tập trung vào hỗ trợ tài chính cho các tác nhân, tạo môi trường thông thoáng để các tác nhân trong chuỗi giá trị sản phẩm du lịch nông nghiệp phát triển (Bhatta & Ohe, 2020).

Các nước phát triển du lịch nông nghiệp sớm như Mỹ có quan điểm rằng thông qua du lịch nông nghiệp cộng đồng có thể làm sống lại nền kinh tế nông thôn, giáo dục công chúng về nông nghiệp và bảo tồn nông nghiệp (Ammirato & cs., 2020). Chính phủ Mỹ và các bang khuyến khích thành lập các hiệp hội để làm trung gian điều phối hoạt động giúp làm giảm thiểu rủi ro cho các nhà khai thác du lịch nông nghiệp, cũng như vấn đề quy hoạch đất đai cho chính quyền địa phương và sẽ mở đường để nhiều trang trại và cá nhân tham gia vào du lịch nông nghiệp (Veeck & cs., 2006). Có nét tương đồng ở Canada trong chính sách phát triển du lịch nông nghiệp đó là chính phủ tập trung hỗ trợ các trang trại, người sản xuất nông nghiệp xây dựng các chiến lược quảng bá sản phẩm du lịch để thu hút khách du lịch tham quan (Grillini & cs., 2022).

Đối với các nước phát triển du lịch sau có quan niệm rằng phát triển du lịch nông nghiệp là một công cụ để phát triển nông thôn và đa dạng hóa kinh tế (Bhatta & Ohe, 2020). Với các nước này, chính sách hỗ trợ của chính phủ để phát triển du lịch nông nghiệp đó là hỗ trợ trực tiếp, hỗ trợ về tài chính cho tác nhân khai thác du lịch nông nghiệp phát triển. Đây là các nước phát triển sau và cần có chính sách đẩy nhanh, mạnh quá trình phát triển du lịch nông nghiệp của nước mình. Theo Mahmoodi & cs. (2022) Iran đã ban hành đề án KARAD và cùng với đó là kế hoạch tầm nhìn 20 năm vào năm 2004, theo đó theo đuổi mục tiêu quảng bá sản phẩm du lịch nông nghiệp, cùng với tạo môi trường kinh doanh thông thoáng cho doanh nghiệp tham gia phát triển du lịch nông nghiệp. Cụ thể chính sách hỗ trợ của chính phủ và ưu đãi tài chính đã tạo điều kiện cho trang trại phát triển nhanh đa dạng hóa vào du lịch (Mahmoodi & cs., 2022). Tương tự như ở Iran, Ba Lan, có nhiều chương trình hỗ trợ phát triển du lịch nông nghiệp, ví dụ như tài trợ với nguồn vốn từ các quỹ của Liên minh Châu Âu để phát triển hoạt động du lịch nông nghiệp (Mahmoodi & cs., 2022).

Các quốc gia phát triển du lịch nông nghiệp sau cũng thường có một hệ thống chính sách hỗ trợ. Ở quốc đảo Solomon, một quốc gia có thế mạnh trong sản xuất nông nghiệp, để tăng giá

trị của sản xuất nông nghiệp khi kết hợp với du lịch, chính phủ Solomon đã ban hành một hệ thống các giải pháp như chiến lược phát triển quốc gia 2016-2035, chính sách ngành nông nghiệp và chăn nuôi quốc gia 2015-2019, chính sách du lịch gắn với Chiến lược & chính sách thương mại. Một hệ thống chính sách đồng bộ để thúc đẩy du lịch nông nghiệp, bao gồm các công cụ điều tiết, công cụ tự nguyện, ưu đãi tài chính, và cải thiện cơ sở hạ tầng đã được áp dụng tại Isarel (Fleischer & cs., 2018). Ở Đông Á, chính phủ Hàn Quốc đã có chính sách thúc đẩy quảng bá trang trại từ năm 1998 để đa dạng hóa kênh phân phối nông nghiệp. Các cách tiếp cận được khuyến khích bao gồm kinh doanh điện tử, chợ nông thôn và chương trình liên kết thành thị nông thôn. Ngoài ra, thị trường đã được thiết lập và chương trình đã được bắt đầu để thúc đẩy quảng bá trang trại trực tiếp (Seongwoo & Souyeon, 2006).

2.2. Huy động nguồn lực cho phát triển du lịch nông nghiệp

2.2.1. Cơ sở hạ tầng

Cơ sở hạ tầng đóng vai trò quan trọng trong phát triển nông nghiệp nói chung và du lịch nông nghiệp nói riêng. Với một cơ sở hạ tầng cũng như điều kiện phụ trợ tốt sẽ dễ dàng thu hút được khách du lịch tham quan và mua sắm.

Với các nước phát triển cơ sở hạ tầng đã được đầu tư bài bản để phục vụ cho sản xuất nông nghiệp. Theo nghiên cứu của Rilla & cs. (2011) cho thấy du lịch nông nghiệp Mỹ đã bắt đầu từ những năm cuối thế kỷ XIX, đầu thế kỷ XX, hệ thống đường giao thông, cơ sở chế biến, lưu trữ đã phát triển. Hiện nay trang trại du lịch nông nghiệp, cơ sở lưu trữ sẽ chủ động quảng bá cho sản phẩm của mình trên nền tảng cơ sở hạ tầng tốt. Cùng với đó, Embacher (1994) khi nghiên cứu về du lịch nông nghiệp tại Canada, Áo, Ý cũng có quan điểm cho rằng nền tảng của sự thành công trong phát triển du lịch nông nghiệp của các nước này là có cơ sở hạ tầng tốt, đồng bộ.

Các nước phát triển du lịch nông nghiệp sau, đặc biệt là các nước đang phát triển, có cơ

sở hạ tầng chưa được đồng bộ, cùng với đó giới hạn về nguồn lực vì vậy gặp nhiều khó khăn hơn so với các nước đã phát triển khi phát triển du lịch nông nghiệp (Bhatta & Ohe, 2020). Theo Malkanthi & cs. (2015) một trong những yếu tố quan trọng của cơ sở hạ tầng là giao thông có ảnh hưởng tích cực và cùng chiều với phát triển du lịch nông nghiệp. Fischer (2019) kết luận rằng nơi lưu trú đóng góp đến 10% doanh thu của du lịch nông nghiệp. Bên cạnh đó, Lupi & cs. (2017) kết luận rằng trang trại du lịch nông nghiệp có quy mô nhỏ có xu hướng nhận được nhiều lợi nhuận hơn so với các quy mô khác. Theo đó, trang trại nhỏ sẽ có xu hướng đầu tư nhiều hơn về cơ sở hạ tầng do có quy mô nhỏ hơn.

2.2.2. Nhân lực, văn hóa và điều kiện tự nhiên

Để phát triển du lịch nông nghiệp, các nghiên cứu cũng chỉ ra rằng không chỉ nhờ có sự hỗ trợ của chính phủ hay cơ sở hạ tầng tốt mà còn phụ thuộc vào đặc điểm văn hóa, điều kiện tự nhiên sẵn có hay trình độ của nhân lực. Theo Mahmoodi & cs. (2022) khi nghiên cứu về du lịch nông nghiệp ở Iran cho thấy những vùng có đặc trưng văn hóa và khí hậu đặc biệt cho phát triển nông nghiệp sẽ thu hút được nhiều khách du lịch hơn. Tương tự như vậy, trong du lịch nông nghiệp Ba Lan, khách du lịch tập trung vào việc nghỉ ngơi, giải trí, tái tạo sức lực, mở mang kiến thức, trải nghiệm các cảm xúc và phiêu lưu.

Nghiên cứu của tác giả Roman & cs. (2021) về thế mạnh để phát triển du lịch nông nghiệp cho thấy khách du lịch cảm thấy hấp dẫn khi đến tham quan du lịch nông nghiệp ở Nepal, bởi vì nơi đây bao gồm các điều kiện tự nhiên như gần rừng, đồi núi, núi tuyết và có văn hóa bản địa, lễ hội phong phú. Đây là các yếu tố đã được kiểm định và có mức độ ý nghĩa thống kê ở mức cao. Cũng theo đánh giá của khách du lịch khi đến Hàn Quốc tham gia các hoạt động du lịch nông nghiệp, yếu tố đặc sắc về văn hóa và ẩm thực cũng như việc được sử dụng trực tiếp tại các trang trại là những yếu tố thu hút khách du lịch nông nghiệp trải nghiệm tại đây (Seongwoo & Souyeon, 2006).

Bên cạnh đó, các quốc gia còn tạo ra những ngày hội, lễ hội đặc biệt để thu hút khách đến trải nghiệm du lịch nông nghiệp ở các quốc gia. Theo Lupi & cs. (2017), giai đoạn đầu của Hiệp hội Kỳ nghỉ trang trại Áo được thành lập vào năm 1971 và được hoàn thiện tất cả các nội dung năm 1991. Đến năm 1985, Ý đã đưa ra Khung pháp lý quốc gia về Du lịch Nông nghiệp, thông qua luật khuyến khích ở lại trang trại qua đêm và các hình thức giải trí khác. Các hoạt động ở trang trại là một trong những cách thức để nông dân Ý đa dạng hóa thu nhập. Tương tự như vậy, ở Serbi Montenegro dù phát triển du lịch nông nghiệp sau, nhưng đã chủ trương phát triển các sản phẩm du lịch nông nghiệp có tiềm năng và đã thu được thành công như kỳ nghỉ gia đình nông dân; giường và bữa sáng; du lịch nông trại; khu dã ngoại; quây ven đường bán nông sản tươi sống và đồ thủ công (Stanović & cs., 2018). Đối với du lịch nông nghiệp ở Michigan, Mỹ, Bộ NN&PTNT Michigan đã phát triển tuyến đường giải trí với chủ đề du lịch nông nghiệp ở những khu vực có nhiều điểm du lịch nông nghiệp. Họ cũng đã đưa ra một loạt các hoạt động quảng cáo, chẳng hạn như Tuần lễ Michigan, Tháng rượu vang Michigan, Chợ nông sản. Tuy nhiên, để phát triển các sản phẩm như trên thì yếu tố nhân lực là vô cùng quan trọng (Jin & cs., 2021).

Phát triển du lịch nông nghiệp hiện nay cần có nguồn nhân lực trẻ năng động để có thể ứng dụng các công nghệ, đẩy nhanh, hiệu quả quá trình quảng bá sản phẩm từ đó thu hút được khách du lịch và tăng thu nhập. Theo Kumar & Ohe (2020), có hai nhóm yếu tố chính trong việc phát triển và thúc đẩy du lịch nông nghiệp: (i) các đặc điểm liên quan đến phát triển và quảng bá du lịch nông nghiệp và (ii) nguồn nhân lực và chiến lược tiếp thị là yếu tố quan trọng để tăng tiềm năng của du lịch nông nghiệp. Nguồn nhân lực là yếu tố rất quan trọng cho phát triển du lịch nông nghiệp. Cũng theo nghiên cứu này điểm mạnh để phát triển du lịch nông nghiệp đó là lao động trong du lịch nông nghiệp trẻ và năng động là điểm mạnh nhưng ngược lại nếu nhân lực không đáp ứng được yêu cầu cơ bản của khách du lịch sẽ là một điểm trừ.

Ở khía cạnh khác, sự di chuyển của lao động ở các lĩnh vực khác sang làm trong lĩnh vực du lịch nông nghiệp là cơ hội, nhưng cũng là thách thức nếu nhân lực trẻ, có trình độ chuyên môn cũng lại dịch chuyển từ ngành nông nghiệp nói chung và du lịch nông nghiệp nói riêng sang khu vực sản xuất khác. Theo Lucha & cs. (2016) chủ trang trại du lịch nông nghiệp có trình độ học vấn cao hơn cũng như động lực làm việc tốt hơn sẽ có cơ hội nhận được thu nhập cao hơn. Theo Mahmoodi & cs. (2022) thì nhân tố làm kìm hãm sự phát triển du lịch nông nghiệp là nhận thức và trình độ học vấn kém của chủ nông trại và người lao động: hầu hết nông dân Iran ở những khu vực có tiềm năng phát triển du lịch nông nghiệp cao không có kiến thức và kỹ năng cần thiết để bắt đầu kinh doanh. Do đó, sự đầu tư hạn chế vào nâng cao nhận thức và đào tạo nông dân của các tổ chức chính phủ, thiếu hỗ trợ kỹ thuật trong phương pháp đa dạng hóa trang trại đã khiến khu vực nông thôn còn nhiều trang trại chưa thu được lợi nhuận kinh tế tương xứng.

2.2.3. Công nghệ thông tin

Internet và hạ tầng kết nối internet là một trong những kênh cơ bản để truyền bá thông tin về sản phẩm, dịch vụ du lịch và đặc biệt hiệu quả trong việc quảng bá nông sản địa phương. Một mặt, internet cung cấp thông tin một cách dễ dàng và nhanh chóng về địa điểm du lịch; bên cạnh đó, internet cũng mang lại cho khách du lịch, các nhà khai thác một cơ hội tốt để truyền thông cho khách truy cập về tất cả các sản phẩm và hoạt động mà nông trang cung cấp.

Adamov & cs. (2020) khi nghiên cứu về phát triển du lịch nông nghiệp tại Rumani chỉ rằng các trang thông tin điện tử (web) là công cụ tiếp thị hiện đại cho các trang trại du lịch nông nghiệp, có thể giúp doanh nghiệp thu hút khách hàng mới và duy trì liên kết với những khách hàng hiện có. Du khách tiềm năng đến các trang trại du lịch nông nghiệp hiện nay chủ yếu tìm kiếm thông tin trên internet. Khách du lịch ngày càng có xu hướng đưa ra lựa chọn dựa trên thông tin họ thu thập được từ internet, nơi họ có thể so sánh và đưa ra nhiều lựa chọn hơn

(Buhalis, 2020). Các trang web cũng cung cấp một kênh bán hàng mới giúp giảm khoảng cách vật lý giữa người bán và người mua. Tuy nhiên, trong trường hợp của Hoa Kỳ, trang web lại đóng vai trò không đáng kể trong việc quảng bá các trang trại. Từ đó, Jin & cs. (2021) cũng nhấn mạnh rằng việc cải thiện chất lượng trang web và sử dụng hiệu quả hơn internet có thể hỗ trợ phát triển du lịch ở các vùng nông thôn. Herrero & cs. (2017) kết luận rằng khả năng sử dụng của một trang web là yếu tố chính và trực tiếp ảnh hưởng đến việc khách hàng tiềm năng đặt dịch vụ. Họ cũng chỉ ra rằng tính tương tác và khả năng điều hướng của một trang web có ý nghĩa quan trọng.

2.3. Phát triển du lịch nông nghiệp gắn với phát triển chuỗi giá trị sản phẩm

Xu hướng du lịch nông nghiệp giúp nông dân chuyển đổi từ mô hình nông nghiệp truyền thống sang mô hình nông nghiệp kết hợp giải trí. Theo nghiên cứu của tác giả Lee (2005), Đài Loan tập trung phát triển sản phẩm du lịch nông nghiệp bao gồm chăn nuôi, nông nghiệp, lâm nghiệp và thủy sản. Từ đó phát triển thành du lịch nông nghiệp theo chủ đề, nhằm thúc đẩy du lịch nông nghiệp thành một mô hình sống xanh kiểu mẫu, cùng với giải trí nghỉ dưỡng, du lịch hồi phục sức khỏe, giáo dục di sản, bảo tồn văn hóa, bảo vệ môi trường, phát triển kinh tế. Hashimoto & Telfer (2010) đã chỉ ra các sản phẩm du lịch được gắn kết chặt chẽ với quá trình sản xuất nông nghiệp, kết hợp với phong cảnh nông thôn và nước khoáng nóng, các tour tiêu biểu như đạp xe băng đồng và hái cà chua vào buổi sáng, du lịch thăm cánh đồng bằng tàu hỏa.

Với kinh nghiệm phát triển du lịch nông nghiệp tại Hàn Quốc, đặc biệt như huyện Yeongdong, hoạt động du lịch nông nghiệp được liên kết chặt chẽ giữa các tác nhân trong chuỗi giá trị sản phẩm du lịch nông nghiệp. Du khách đặt chương trình tour tại Seoul thông qua công ty du lịch tại đây. Công ty du lịch ở Seoul do huyện Yeongdong chỉ định và huyện cũng liên kết với tuyến xe lửa KoRail để đưa du khách đến địa phương (Ngô Thị Phương Lan & cs., 2020). Tại điểm đến, du khách tham gia vào du

lịch nông nghiệp như tham quan trải nghiệm nơi trồng nho và làm rượu vang, thăm quan tại làng trải nghiệm du lịch nông nghiệp do chính các nông dân vận hành. Tại các điểm này đều phục vụ bữa ăn trưa cho du khách hoặc có nhà hàng để du khách đặt ăn. Một số điểm đến cũng có nhà hàng để du khách ăn uống khi tham quan trải nghiệm. Thông qua mô hình trên, các chủ thể tại địa phương có được lợi ích khi tham gia vào hoạt động du lịch nông nghiệp. Đó chính là phần lợi nhuận được chia sẻ thông qua liên kết với công ty du lịch (Ngô Thị Phương Lan & cs., 2020).

2.4. Bài học kinh nghiệm cho phát triển du lịch nông nghiệp ở Việt Nam

Qua nghiên cứu kinh nghiệm phát triển du lịch nông nghiệp của các quốc gia trên thế giới, nghiên cứu đã rút ra bài học cho phát triển du lịch nông nghiệp ở Việt Nam như sau:

Thứ nhất, để phát triển du lịch nông nghiệp cần phải xây dựng hệ thống chính sách đồng bộ trực tiếp và gián tiếp hỗ trợ cho các tác nhân tham gia chuỗi giá trị sản phẩm nông nghiệp. Mức độ hỗ trợ của các chính sách khác nhau tùy thuộc vào nguồn lực của các quốc gia. Trong bối cảnh của Việt Nam, cần tập trung vào chính sách hỗ trợ trực tiếp về phát triển các chuỗi giá trị sản phẩm và dịch vụ nông nghiệp gắn với đặc điểm văn hóa và tự nhiên của địa phương để tạo đà cho sự phát triển du lịch nông nghiệp gắn với thúc đẩy tiêu thụ sản phẩm.

Thứ hai, các quốc gia cần có sự cân đối nguồn lực để phát triển cơ sở hạ tầng thông tin nhằm thu hút khách du lịch. Ở Việt Nam, cần chú trọng nhất vào khâu hạ tầng giao thông nông thôn và kết nối internet tại những vùng có điều kiện kinh tế khó khăn giúp giao thông thuận lợi và quảng bá, tiêu thụ các sản phẩm nông nghiệp bản địa cùng với các hoạt động du lịch nông nghiệp. Trong bối cảnh chuyển đổi số, cải thiện cơ sở hạ tầng số và công nghệ tin đóng vai trò quan trọng để phát triển du lịch nông nghiệp thông qua các hoạt động quảng bá, xúc tiến thương mại, quản lý các sản phẩm du lịch nông nghiệp trên nền tảng số, góp phần nâng cao hiệu quả du lịch nông nghiệp.

Thứ ba, cần chú trọng đầu tư phát triển nguồn nhân lực có trình độ và kỹ năng đảm bảo yêu cầu phục vụ phát triển du lịch nông nghiệp. Là quốc gia nông nghiệp và nông dân có kỹ năng tham gia dịch vụ du lịch hạn chế, Việt Nam cần xây dựng kế hoạch và lộ trình phù hợp để nâng cao chất lượng nguồn nhân lực này cho phát triển du lịch nông nghiệp.

Thứ tư, phát triển du lịch nông nghiệp không chỉ là hoạt động đơn lẻ của một vùng, một địa phương mà cần có sự liên kết giữa các địa phương, các vùng khác nhau. Sự liên kết giữa các tác nhân trong hoạt động phát triển du lịch nông nghiệp trong và ngoài địa phương sẽ đem lại sự hoàn thiện về sản phẩm, giảm chi phí và nâng cao hiệu quả kinh tế xã hội và môi trường cho du lịch nông nghiệp

Thứ năm, phát triển du lịch nông nghiệp cần khai thác triệt để lợi thế về điều kiện tự nhiên và văn hóa cùng với hoạt động đời sống, sản xuất kinh doanh của địa phương. Liên kết phát triển sản phẩm du lịch nông nghiệp gắn với các sản phẩm OCOP, sản phẩm bản địa để tăng sức hút cho ngành, từ đó phát triển nông nghiệp nâng cao thu nhập cho người dân cũng là một vấn đề quan trọng cần chú ý.

3. THỰC TRẠNG, CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC CHO PHÁT TRIỂN DU LỊCH NÔNG NGHIỆP Ở VIỆT NAM

3.1. Đánh giá chung thực trạng phát triển du lịch nông nghiệp ở Việt Nam

Đảng và Nhà nước luôn quan tâm đến phát triển du lịch nói chung và du lịch nông nghiệp nói riêng, cụ thể đã ban hành nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16/01/2017 của Bộ Chính trị về “Phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn”. Cùng với đó, theo Bộ NN&PTNT (2021) có 37 tỉnh, thành phố đã ban hành nghị quyết, kế hoạch cụ thể để phát triển du lịch gắn với phát triển nông nghiệp như Lâm Đồng, Bình Phước, Bình Dương, Đồng Nai, Bình Thuận, Tiền Giang... Với khoảng 65% dân số hiện sống ở khu vực nông thôn, cùng cảnh quan tươi đẹp, lưu giữ nhiều giá trị văn hóa, lịch sử, Việt Nam được đánh giá là quốc gia có

nhiều tiềm năng phát triển du lịch gắn với nông nghiệp, nông thôn (Lê Nam, 2022). Thống kê của Tổng cục Du lịch cũng cho thấy, cả nước có khoảng 365 điểm du lịch nông thôn ở 37 tỉnh, thành phố và hơn 2.000 làng nghề truyền thống có tiềm năng phát triển về du lịch. Trong số 1.300 khu - điểm du lịch do các địa phương quản lý có đến 70% là điểm du lịch ở khu vực nông thôn (Lê Nam, 2022). Mô hình du lịch nông nghiệp, nông thôn không chỉ góp phần cải thiện sinh kế cho người dân nông thôn mà còn góp phần bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa truyền thống, phát triển môi trường sinh thái bền vững.

Tuy nhiên, trong quá trình phát triển du lịch nông nghiệp, hiện nay ở Việt Nam còn gặp nhiều vướng mắc như (1) Chưa có quy hoạch về phát triển du lịch nông nghiệp với tầm nhìn dài hạn cho từng vùng, từng địa phương; (2) Kết cấu hạ tầng phục vụ phát triển du lịch còn nhiều khó khăn; (3) Sản xuất nông nghiệp nhỏ lẻ, manh mún cản trở sự liên kết với ngành du lịch; (4) Nguồn lực đầu tư cho phát triển du lịch nông nghiệp còn hạn chế; (5) Vấn đề quảng bá các sản phẩm du lịch còn yếu, chưa được chú trọng đúng mức (Bộ NN&PTNT, 2021). Những khó khăn này cần có giải pháp khắc phục để phát triển du lịch nông nghiệp Việt Nam trong thời gian tới.

3.2. Cơ hội cho phát triển du lịch nông nghiệp ở Việt Nam

4.2.1. Điều kiện tự nhiên

Ở Việt Nam với khí hậu nhiệt đới, cùng với sự đa dạng của các vùng sinh thái là điều kiện thuận lợi để phát triển ngành nông nghiệp. Đây cũng là điều kiện tiền đề để phát triển du lịch nông nghiệp, thu hút khách du lịch làm tăng thu nhập cho các hộ kinh doanh du lịch nông nghiệp. Mỗi vùng Việt Nam có đặc trưng khác nhau về đa dạng sinh thái để phát triển du lịch nông nghiệp, thu hút khách du lịch nông nghiệp và tăng thu nhập cho người dân (Bộ Ngoại giao, 2022).

Đồng bằng sông Hồng là một trong những vùng kinh tế - xã hội trọng điểm của cả nước với 11 tỉnh và thành phố. Vùng có ngành nông nghiệp phát triển nhanh và được đặc trưng bởi các giá trị nổi bật về di sản, danh lam thắng

cảnh với hơn 23 nghìn di tích lịch sử, văn hóa cùng hàng trăm lễ hội truyền thống. Đây là vùng có nhiều tiềm năng để phát triển du lịch trong đó có du lịch văn hóa, du lịch sinh thái và du lịch nông nghiệp. Tuy nhiên, du lịch của vùng Đồng bằng sông Hồng vẫn chưa khai thác được nhiều tiềm năng. Chương trình hành động của Chính phủ thực hiện Nghị quyết số 30-NQ/TW ngày 23/11/2022 của Bộ Chính trị về phát triển kinh tế - xã hội và bảo đảm quốc phòng, an ninh vùng Đồng bằng sông Hồng đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045 xác định rõ: Phát triển du lịch theo hướng chuyên nghiệp, hiện đại, bền vững, hội nhập quốc tế và trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của vùng (Bảo Thoa, 2023).

Vùng miền núi phía Bắc có những địa điểm đặc trưng cho du lịch nông nghiệp như Mộc Châu (Sơn La) và Lào Cai. Theo Nguyễn Thị Hà (2019), khi khách du lịch đến Mộc Châu trải nghiệm làm nông dân và thợ hái chè thực thụ. Ở đây có diện tích chè trên 1.800ha và sản lượng trung bình hàng năm khoảng 24 nghìn tấn. Với khí hậu, điều kiện tự nhiên phù hợp, Mộc Châu còn là nơi phát triển chăn nuôi bò sữa. Từ đó khách du lịch có thể tham gia vắt sữa, cho bò ăn hoặc tự vắt sữa bò tại trang trại, khi về có thể mua các sản phẩm sữa chua, sữa tươi, chè. Tỉnh Lào Cai, đã có các khu du lịch nổi tiếng như Sapa, Bắc Hà và thành phố Lào Cai, nay phát triển thêm các sản phẩm du lịch nông nghiệp như trải nghiệm các công việc của nhà nông hay làm mây tre đan, điều này làm cải thiện thêm thu nhập của các hộ kinh doanh du lịch nông nghiệp.

Tây Nguyên, đặc biệt là Lâm Đồng cũng có điều kiện tự nhiên thuận lợi để phát triển du lịch nông nghiệp. Với điều kiện khí hậu ưu đãi, nhất là Đà Lạt, đây là nơi có điều kiện để trồng rau, hoa và cây ăn quả ôn đới, là địa điểm có sức hút lớn đối với du lịch nông nghiệp.

Các tỉnh Đồng bằng sông Cửu Long có địa hình đặc thù với mạng lưới sông ngòi dày đặc và vùng châu thổ rộng lớn với 40 nghìn km² là nơi nổi tiếng với các sản phẩm hoa quả nhiệt đới đa dạng (Bộ NN&PTNT, 2021). Du khách du lịch nông nghiệp có thể trải nghiệm hái quả, làm vườn và nghỉ trên thuyền, cùng với đó là tham gia các hoạt động văn hóa dân gian.

4.2.2. Ứng dụng công nghệ thông tin

Việt Nam là nước phát triển công nghệ thông tin sau nhưng có những thành tựu nhất định với tỷ lệ 72,1 triệu người (chiếm 73,2% dân số) sử dụng internet (Phi Long, 2022). Đây là cơ hội rất lớn để du lịch nông nghiệp ứng dụng các tiện ích của công nghệ thông tin vào phát triển du lịch nông nghiệp tại Việt Nam. Việc ứng dụng thông tin vào du lịch nông nghiệp sẽ giúp sức cho quản trị kinh doanh, quản trị hệ thống thông tin và kinh doanh dịch vụ du lịch. Cùng với đó, quan trọng hơn cả, thông qua internet các sản phẩm, đặc trưng của du lịch Việt Nam sẽ được quảng bá nhanh chóng với chi phí thấp tới các khách du lịch trong nước và quốc tế.

Tuy nhiên, việc ứng dụng công nghệ thông tin cũng là thách thức khi nguồn nhân lực sử dụng thành thạo công nghệ thông tin của Việt Nam chưa cao (Đình Phi Hồ, 2022). Tình chuyên nghiệp của các hoạt động ở hộ nông dân tham gia làm kinh doanh du lịch nông nghiệp chưa cao, chưa thu hút được nhân lực chất lượng cao, đặc biệt có trình độ công nghệ thông tin. Vì vậy, thách thức đặt ra trong đào tạo nguồn nhân lực có thể tận dụng tối đa tính năng của công nghệ để quảng bá sản phẩm, quản trị kinh doanh trong du lịch nông nghiệp rất lớn.

Theo nghiên cứu của Đình Phi Hồ (2022) về quyết định tham gia hoạt động du lịch nông nghiệp của các hộ ở đồng bằng sông Cửu Long cho thấy, yếu tố tiếp cận internet ảnh hưởng đến quyết định của hộ, cụ thể nếu khả năng tiếp cận internet của hộ tăng lên 1% thì xác suất hộ quyết định tham gia kinh doanh du lịch nông nghiệp tăng lên 3,3%. Kết quả này cũng tương đồng với nghiên cứu của Hollas & cs. (2021) về tham gia hoạt động du lịch nông nghiệp ở Mỹ.

4.3. Thách thức cho phát triển du lịch nông nghiệp ở Việt Nam

4.3.1. Cơ sở hạ tầng

Cơ sở hạ tầng trong phát triển du lịch nông nghiệp ở Việt Nam còn yếu kém, chưa đồng bộ. Đây là một thách thức đối với phát triển du lịch nông nghiệp. Khi hạ tầng không đồng bộ sẽ đem lại nghi ngại cho khách du lịch về đảm bảo an ninh nơi cư trú, an toàn thực phẩm, sự tiện lợi

về sinh hoạt và sự thuận tiện của giao thông - là những yếu tố ảnh hưởng đến sự lựa chọn của du khách với các địa điểm du lịch nông nghiệp ở Việt Nam. Theo Đình Phi Hồ (2022) yếu tố quan trọng có ảnh hưởng thứ ba trong việc khách du lịch nông nghiệp khi quay lại các điểm du lịch nông nghiệp ở Việt Nam đó là khả năng tiếp cận và dịch vụ hậu cần. Cơ sở hạ tầng không những tác động đến khách du lịch khi tham quan các địa điểm du lịch nông nghiệp còn tác động đến ý định của các trang trại, hộ nông dân quyết định tham gia hoạt động du lịch nông nghiệp vì ảnh hưởng trực tiếp đến thu nhập của họ từ các hoạt động này. Nguyễn Thái Dung (2021) khi phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến thu nhập của hộ kinh doanh du lịch nông nghiệp tỉnh Lâm Đồng đã chỉ ra yếu tố nâng cấp cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch cần phải tính đến của hộ khi quyết định làm kinh doanh du lịch nông nghiệp. Các nghiên cứu trên thế giới cũng có những kết luận tương tự, ở Cameron thì khoảng cách từ nông trại đến trung tâm thương mại và sự thuận tiện của giao thông là một yếu tố thu hút các trang trại tham gia làm du lịch nông nghiệp (Kunasekanran, 2012). Bagi & Richard (2012), Yeboah & cs. (2017) cũng có kết luận rằng vị trí của trang trại là yếu tố quyết định sự tham gia của các hộ kinh doanh du lịch nông nghiệp ở Mỹ.

4.3.2. Nguồn nhân lực

Phát triển du lịch nông nghiệp cần đến nguồn nhân lực chất lượng cao, chuyên nghiệp để đảm bảo phát triển một cách bền vững và đáp ứng yêu cầu khắt khe của khách du lịch. Ở Việt Nam nguồn nhân lực là thách thức cho phát triển du lịch nông nghiệp.

Phần lớn bà con nông dân chỉ quen với các hoạt động sản xuất nông nghiệp, còn bỏ nghề trong quá trình tiếp thu, chuyển đổi làm dịch vụ du lịch (Đình Phi Hồ & cs., 2022). Bên cạnh đó có những rào cản trong việc tiếp thu ngoại ngữ, công nghệ thông tin trong việc quảng bá và thu hút du khách nước ngoài đến tham quan các sản phẩm du lịch nông nghiệp của mình. Theo Đình Phi Hồ & cs. (2022) các yếu tố chính ảnh hưởng đến quyết định tham gia kinh doanh du lịch nông nghiệp bao gồm các yếu tố tuổi của chủ hộ và trình độ học vấn, trong đó tuổi có xu hướng

ngược chiều so với quyết định tham gia và trình độ học vấn có xu hướng cùng chiều. Kết quả này tương tự kết quả nghiên cứu về du lịch nông nghiệp ở Sri Lanka của (Malkanathi & cs., 2015) và nghiên cứu về du lịch nông thôn ở Nepal của Bhatta & cs. (2019).

4.3.3. Quy hoạch và những hỗ trợ từ chính phủ

Theo nghiên cứu của Nguyễn Thị Hà (2019), phát triển du lịch nông nghiệp Việt Nam còn gặp những rào cản trong đó có vấn đề về thiếu chiến lược, định hướng và chính sách quản lý phát triển du lịch cho đất nước, cho toàn vùng. Chính quyền các địa phương chưa nhận thức được xây dựng điểm du lịch nông nghiệp là vấn đề quan trọng để phát huy giá trị làng xã, phát triển kinh tế xã hội. Cùng với đó, các chính quyền địa phương chưa có chiến lược về phát triển sản phẩm, các sản phẩm du lịch nông nghiệp phải khai thác được sự khác biệt, mang tính đặc trưng riêng.

Du lịch nông nghiệp Việt Nam đa số tự phát, chưa có quy hoạch cụ thể cho từng địa phương, sản phẩm nghèo nàn, đơn điệu, trùng lặp, chưa thu hút được du khách và chưa níu kéo được khách lưu trú dài ngày (Nguyễn Thị Hà, 2019).

4.4. Định hướng phát triển du lịch nông nghiệp ở Việt Nam

Để phát triển du lịch nông nghiệp ở Việt Nam, cần thiết lập các chiến lược phát triển trong đó chú trọng những điều cấp bách như:

(1) Định hướng bố trí nguồn lực và các dịch vụ cần thiết để phòng ngừa từ những thách thức cho du lịch nông nghiệp Việt Nam. Mỗi địa phương, mỗi ngành cần xây dựng và triển khai kế hoạch phát triển du lịch nông nghiệp gắn với Chương trình Mục tiêu quốc gia về xây dựng nông thôn mới trên cơ sở quy hoạch, định hướng dài hạn.

(2) Chú trọng đào tạo bồi dưỡng chuyên môn về nghiệp vụ du lịch cho các đối tượng tham gia thị trường du lịch nông nghiệp. Ưu tiên cho các đối tượng cán bộ làm công tác quản lý trên lĩnh vực du lịch và lao động ngành du

lịch và đối tượng là các chủ trang trại, hộ, nhà vườn, các hướng dẫn viên du lịch về nghiệp vụ cơ bản để có thể phát triển một cách bài bản đem lại hiệu quả cao.

(3) Cần đẩy mạnh ứng dụng công nghệ thông tin hiện đại để nâng cao tính chuyên nghiệp, hiệu quả trong các hoạt động xúc tiến du lịch, quảng bá dịch vụ nông nghiệp. Xây dựng hệ thống hỗ trợ thị trường du lịch của Việt Nam từ đó giới thiệu sản phẩm du lịch nông nghiệp của Việt Nam ra thế giới.

(4) Tăng cường đầu tư nâng cao chất lượng cơ sở vật chất tại các điểm du lịch nông nghiệp. Từ đó, đáp ứng các nhu cầu cơ bản của khách du lịch mà không làm mất đi bản sắc văn hoá cũng như mục tiêu của du lịch nông nghiệp. Làm cho du khách an tâm, an toàn, đi lại thuận tiện để thăm quan các địa điểm du lịch nông nghiệp.

(5) Xây dựng các hệ thống tư vấn và dịch vụ cho người du lịch và các doanh nghiệp du lịch nông nghiệp. Cùng với đó nghiên cứu các cơ chế thông thoáng, ưu đãi để kêu gọi các thành phần kinh tế đầu tư vào du lịch nông nghiệp, đẩy nhanh xã hội hoá trong đầu tư và phát triển du lịch nông nghiệp.

(6) Phát triển bản sắc riêng cho du lịch nông nghiệp Việt Nam. Các cộng đồng dân cư thân thiện giữ hình ảnh tốt đẹp nhất trong mắt du khách. Cùng với đó giữ môi trường xanh sạch, phục hồi, phát huy các sản phẩm truyền thống để thu hút khách du lịch nông nghiệp.

5. KẾT LUẬN

Du lịch nông nghiệp là xu hướng mới ở Việt Nam trong việc gắn kết giữa phát triển nông nghiệp và du lịch, nâng cao thu nhập cho hộ nông dân. Phát triển du lịch nông nghiệp ở Việt Nam còn mới nên sẽ học hỏi được kinh nghiệm từ các nước đi trước, tuy nhiên cũng phải đối mặt với những thách thức, nhưng cùng với đó là những cơ hội rộng mở. Kinh nghiệm từ phát triển du lịch nông nghiệp trên thế giới cho Việt Nam bao gồm xây dựng hệ thống chính sách đồng bộ hỗ trợ tác nhân tham gia chuỗi giá trị sản phẩm nông nghiệp, phát triển cơ sở hạ tầng, phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao, sự

liên kết các vùng, địa phương, khai thác tốt các điều kiện sẵn có về tự nhiên, văn hóa. Phát triển du lịch nông nghiệp Việt Nam có nhiều cơ hội nhưng cũng đối mặt với các thách thức liên quan đến cơ sở hạ tầng, các nguồn lực, và sự hỗ trợ từ chính phủ, quy hoạch. Để giảm thiểu tác động của các thách thức và tận dụng các cơ hội cho phát triển du lịch nông nghiệp, Việt Nam cần tiếp tục xây dựng những giải pháp đồng bộ từ quy hoạch đến phân bổ nguồn lực, nâng cao chất lượng cơ sở vật chất đến đào tạo nhân lực cho du lịch nông nghiệp, tăng cường công tác truyền thông sản phẩm du lịch nông nghiệp với bản sắc riêng và gắn với định hướng phát triển vùng, quốc gia và khu vực.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Abadi A. & Khakzand M. (2022). Extracting the qualitative dimensions of agritourism for the sustainable development of Charqoli village in Iran: the promotion of vernacular entrepreneurship and environment-oriented preservation perspectives. *Environment, Development and Sustainability*. 24(11): 12609-12671.
- Adamov T., Ciolac R., Iancu T., Brad I., Peț E., Popescu G. & Șmuleac L. (2020). Sustainability of Agritourism Activity. Initiatives and Challenges in Romanian Mountain Rural Regions. *Sustainability*.
- Ammirato S., Felicetti A.M., Raso C., Pansera B.A. & Violi A. (2020). Agritourism and Sustainability: What We Can Learn from a Systematic Literature Review. *Sustainability*.
- Ashley C., Brine P. D., Lehr A. & Wilde H. (2007). *The Role of the Tourism Sector in Expanding Economic Opportunity*. Corporate Social Responsibility Initiative Report No. 23. Cambridge. Kennedy School of Government, Harvard University.
- Bảo Thoa (2023). Vùng Đồng bằng sông Hồng: Liên kết tạo sức bật cho du lịch phát triển. Truy cập từ <https://congthuong.vn/vung-dong-bang-song-hong-lien-ket-cao-suc-bat-cho-du-lich-phat-trien-248095.html> ngày 22/4/2023.
- Barbieri C. (2013). Assessing the sustainability of agritourism in the US: a comparison between agritourism and other farm entrepreneurial ventures. *Journal of Sustainable Tourism*. 21(2): 252-270.
- Baum S. & Weingarten P. (2004). Developments or rural economies in the Central and Eastern Europe: An overview. *Rural Areas and Development*. (2): 23.
- Bhatta K., Itagaki K. & Ohe Y. (2019). Determinant Factors of Farmers' Willingness to Start Agritourism in Rural Nepal. 4(1): 431-445.
- Bhatta K. & Ohe Y. (2019). Farmers' willingness to establish community-based agritourism: evidence from Phikuri village, Nepal. *International Journal of Tourism Sciences*. 19(2): 128-144.
- Bhatta K. & Ohe Y. (2020). A Review of Quantitative Studies in Agritourism: The Implications for Developing Countries. *Tourism and Hospitality [Online]*, 1. Truy cập từ ngày 10/3/2023.
- Bộ NN&PTNT (2021). *Thực trạng và định hướng phát triển du lịch nông thôn*. Hà Nội: Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn.
- Bộ Ngoại giao (2022). Một số thông tin về địa lý Việt Nam. Truy cập từ: <https://chinhphu.vn/dia-ly-68387> ngày 2/3/2023.
- Buhalis D. (2020). Technology in tourism-from information communication technologies to eTourism and smart tourism towards ambient intelligence tourism: a perspective article. *Tourism Review*. 75(1): 267-272.
- Đinh Phi Hồ, Quách Thị Minh Trang & Nguyễn Thị Hồng Hoa (2022). Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định tham gia hoạt động du lịch nông nghiệp của nông dân: Trường hợp nghiên cứu ở Đồng bằng sông Cửu Long. *Tạp chí Công Thương*. 1(1): 11.
- Embacher H. (1994). Marketing for Agri-tourism in Austria: Strategy and realisation in a highly developed tourist destination. *Journal of Sustainable Tourism*. 2(1-2): 61-76.
- Fleischer A., Tchetchik A., Bar-Nahum Z. & Talev E. (2018). Is agriculture important to agritourism? The agritourism attraction market in Israel. *European Review of Agricultural Economics*. 45(2): 273-296.
- Farsani N.T., Ghotbabadi S.S. & Altafi M. (2019). Agricultural heritage as a creative tourism attraction. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*. 24(6): 541-549.
- Fischer C. (2019). Agriculture and tourism sector linkages: Global relevance and local evidence for the case of South Tyrol. 4(1): 544-553.
- Gao J., Barbieri C. & Valdivia C. (2014). Agricultural Landscape Preferences: Implications for Agritourism Development. *Journal of Travel Research*. 53(3): 366-379.
- 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.
- Grillini G., Sacchi G., Chase L., Taylor J., Van Zyl C. C., Van Der Merwe P., Streifeneder T. & Fischer C. 2022. Qualitative Assessment of Agritourism Development Support Schemes in Italy, the USA and South Africa. *Sustainability*.

- Hamilpurkar S. (2012). Agri tourism in Karnataka - issues constraints and possibilities. *International Journal of Research in Commerce, Economics and Management*. 2(7): 7.
- Hashimoto A. & Telfer D.J. (2010). Developing sustainable partnerships in rural tourism: the case of Oita, Japan. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*. 2(2): 165-183.
- Herrero Á., San Martín H. & Garcia-De Los Salmones M.d.M. (2017). Explaining the adoption of social networks sites for sharing user-generated content: A revision of the UTAUT2. *Computers in Human Behavior*. 71: 209-217.
- Hollas C. R., Chase L., Conner D., Dickes L., Lamie R. D., Schmidt C., Singh-Knights D. & Quella L. (2021). Factors Related to Profitability of Agritourism in the United States: Results from a National Survey of Operators. *Sustainability*. 13(23): 13334.
- Jin X., Wu H., Zhang J. & He G. (2021). Agritourism Development in the USA: The Strategy of the State of Michigan. *Sustainability*. 13(20): 11360.
- Karampela S., Andreopoulos A. & Koutsouris A. (2021). “Agro”, “Agri”, or “Rural”: The Different Viewpoints of Tourism Research Combined with Sustainability and Sustainable Development. *Sustainability*. 13(17): 9550.
- Kumar J., Hussain K. & Kannan S. (2015). Positive vs negative economic impacts of tourism development: A review of economic impact studies. the 21st Asia Pacific Tourism Association Annual Conference: Development of the New Tourism Paradigm in the Asia Pacific Region. Asia Pacific Tourism Association.
- Kumar B. & Ohe Y. (2020). A Review of Quantitative Studies in Agritourism: The Implications for Developing Countries. *Tourism and Hospitality*. 1(1): 23.
- Lê Nam (2022). Phát triển du lịch nông thôn chưa xứng với tiềm năng [Online]. Hà Nội: UBND TP Hà Nội. Truy cập từ <https://kinhtedothi.vn/phan-trien-du-lich-nong-thon-chua-xung-voi-tiem-nang.html> ngày 10/4/2023.
- Lee M.-H. (2005). Rural Tourism and Sustainable Business, Chapter 12. Farm Tourism Cooperation in Taiwan. In: Hall D., Kirkpatrick I. & Mitchell M. (eds.). Channel View Publications. pp. 201-224.
- Lupi C., Giaccio V., Mastronardi L., Giannelli A. & Scardera A. (2017). Exploring the features of agritourism and its contribution to rural development in Italy. *Land Use Policy*. 64: 383-390.
- Lucha C., Ferreira G., Walker M. & Groover G. (2016). Profitability of Virginia's Agritourism Industry: A Regression Analysis. *Agricultural and Resource Economics Review*. 45(1): 173-207.
- Mahmoodi M., Roman M. & Prus P. (2022). Features and Challenges of Agritourism: Evidence from Iran and Poland. *Sustainability*. 14(8): 4555.
- Malkanathi S.H.P., Ishana A.S.F., Sivashankar P. & Weeralal J.L.K. (2015). Willingness to initiate spice-tourism in Kolonna district secretariat of Ratnapura District in Sri Lanka: Famers' perspective. *Sri Lanka Journal of Food and Agriculture*. 1(1): 11.
- Mcgehee N.G., Kim K. & Jennings G.R. (2007). Gender and motivation for agri-tourism entrepreneurship. *Tourism Management*. 28(1): 280-289.
- 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 Chungcheongbuk, Hàn Quốc. *Tạp chí Phát triển Khoa học và Công nghệ – Khoa học Xã hội và Nhân văn*. 4(2): 11.
- Nguyễn Thị Hà (2019). Phát triển du lịch nông nghiệp ở Việt Nam hiện nay. *Tạp chí Kinh tế Châu Á - Thái Bình Dương*. 5(5): 3.
- Phi Long (2022). Internet Day 2022: Người dùng Internet Việt Nam đạt hơn 70% dân số sau 25 năm. Truy cập từ <https://vtv.vn/cong-nghe/internet-day-2022-nguoi-dung-internet-viet-nam-dat-hon-70-dan-so-sau-25-nam-2022120411142802.htm> ngày 7/12/2022.
- Rilla E., Hardesty S.D., Getz C.M. & George H.A. (2011). California agritourism operations and their economic potential are growing. *California Agriculture*. 65(2): 57-65.
- Roman M., Bhatta K., Roman M. & Gautam P. 2021. Socio-Economic Factors Influencing Travel Decision-Making of Poles and Nepalis during the COVID-19 Pandemic. *Sustainability*.
- Roman M., Roman M., Prus P. & Szczepanek M. 2020. Tourism Competitiveness of Rural Areas: Evidence from a Region in Poland. *Agriculture*.
- Seongwoo L. & Souyeon N. (2006). Agro-tourism as a rural development strategy in Korea. *Journal of Rural Development*. 29(6): 15.
- Sznajder M.P., Lucyna & Scrimgeour F. (2009). *Agritourism*. CABI: Wallingford, UK. p. 3.
- Stanović T., Peković S., Vuk ević J. & Perović D. (2018). Going Entrepreneurial: Agro-tourism and Rural Development in Northern Montenegro. *Business Systems Research*. 9(1): 107-117.
- Tew C. & Barbieri C. (2012). The perceived benefits of agritourism: The provider's perspective. *Tourism Management*. 33(1): 215-224.
- Veck G., Che D. & Veck A. (2006). America's Changing Farmscape: A Study of Agricultural Tourism in Michigan*. *The Professional Geographer*. 58(3): 235-248.