

THEORETICAL ISSUES AND POLICY RECOMMENDATIONS TO DEVELOPE THE AGRICULTURAL TOURISM VALUE CHAIN IN VIETNAM

Phung Thi Hang

National Economics University

Email: hangpt@neu.edu.vn

Received: 26/8/2024; Reviewed: 31/8/2024; Revised: 20/9/2024; Accepted: 25/9/2024

DOI: <https://doi.org/10.58902/tcnckhpt.v3i3.169>

Abstract: *Currently, the trend of strengthening the linkage between tourism and agriculture is seen as a strategy to maximize the efficiency of inter-sectoral socio-economic relationships. The value chain approach in the development of agricultural tourism has garnered the interest of researchers since the 2000s. However, the approach of the studies is still inconsistent in terms of components and activities in the chain. This research focuses on generalizing and systematizing theoretical issues related to the tourism value chain in general and the agricultural tourism value chain in particular, additionally, analyzes the current state of the main and supporting activities within Vietnam's agricultural tourism value chain. Based on this analysis, the research proposes solutions and policy recommendations to development of Vietnam's agricultural tourism value chain.*

Keywords: *Tourism policy; Tourism value chain; Agricultural tourism; Vietnam.*

1. Đặt vấn đề

Phát triển du lịch gắn với hệ sinh thái nông nghiệp, phát huy thế mạnh của một đất nước có cội nguồn đi lên từ một nền văn minh nông nghiệp nhiệt đới, trù phú về mặt tài nguyên thiên nhiên và giàu bản sắc văn hóa như Việt Nam là một chiến lược đúng đắn. Từ năm 2010 cho đến nay, Việt Nam đang phát động và thực hiện chiến dịch “Nông thôn mới” nhằm hướng đến nâng cao đời sống cả về vật chất và tinh thần cho người dân nông thôn, góp phần phát huy và bảo tồn văn hóa, bảo vệ môi trường, dựa trên sự phát triển sản xuất toàn diện về nông nghiệp gắn với công nghiệp và dịch vụ. Trên cơ sở đó, nhiều mô hình liên kết sản xuất gắn chiến dịch nông thôn mới với phong trào mỗi địa phương một sản phẩm đã phát huy hiệu quả.

Với lợi thế của một quốc gia nông nghiệp, được ưu đãi cảnh quan thiên nhiên tươi đẹp và có nền văn hóa truyền thống đậm đà bản sắc dân tộc, Việt Nam có tiềm năng lớn trong phát triển du lịch gắn với nông nghiệp, nông thôn. Du lịch nông nghiệp Việt Nam đã và đang trở thành một phần quan trọng của chiến lược phát triển du lịch bền vững và có mối quan hệ chặt chẽ với chuỗi cung ứng du lịch nông nghiệp. Các tour du lịch nông nghiệp thường kết hợp tham quan, trải

nhập thực hành sản xuất tại các trang trại nông nghiệp, làng nghề truyền thống, vườn cây ăn trái, hoặc các mô hình sản xuất nông nghiệp hữu cơ, mô hình du lịch nông nghiệp công nghệ cao. Tuy nhiên, hiện nay việc phát triển du lịch nông nghiệp Việt Nam vẫn còn gặp nhiều khó khăn và thách thức. Phần lớn do điều kiện về cơ sở hạ tầng, cơ chế chính sách, năng lực của nguồn nhân lực và chất lượng dịch vụ, sự thiếu liên kết phối hợp chặt chẽ giữa các bên liên quan nên chuỗi giá trị du lịch nông nghiệp Việt Nam chưa phát huy được tiềm năng và lợi thế.

Nghiên cứu này được thực hiện nhằm phân tích những vấn đề lý luận về chuỗi giá trị du lịch nông nghiệp; cung cấp cơ sở khoa học cho các nhà quản lý, nhà hoạch định chính sách, các doanh nghiệp du lịch trong việc xây dựng, phát triển chuỗi giá trị du lịch nông nghiệp và đề xuất các hàm ý chính sách để thúc đẩy phát triển chuỗi giá trị du lịch nông nghiệp Việt Nam.

2. Tổng quan nghiên cứu

Chuỗi giá trị là hướng nghiên cứu được Porter đặt nền tảng lý thuyết vào năm 1985. Từ đó cho đến nay chuỗi giá trị được áp dụng rộng rãi trong lĩnh vực du lịch nói chung và du lịch nông nghiệp nói riêng. Các chủ đề chính nghiên cứu về chuỗi giá trị du lịch và du lịch nông

ngành được khai thác phần lớn ở các hướng nghiên cứu về các hoạt động trong chuỗi giá trị du lịch, các bên tham gia, mối liên kết giữa du lịch và nông nghiệp, các thách thức, phát triển bền vững và giá trị gia tăng trong chuỗi giá trị du lịch nông nghiệp.

- *Chuỗi giá trị và chuỗi giá trị du lịch nông nghiệp*: Trong nghiên cứu của Porter (1985) khái niệm chuỗi giá trị, các hoạt động chính và hỗ trợ trong chuỗi giá trị của doanh nghiệp đã được xác định. Mô hình này đã được ứng dụng vào lĩnh vực du lịch để phân tích cách tạo giá trị cho du khách thông qua các dịch vụ lễ hành, lưu trú, ăn uống và các hoạt động hỗ trợ khác. Các tác giả Kaplinsky và Morris (2001), Morales và cộng sự (2020) đã phát triển khung lý thuyết chuỗi giá trị, giúp hiểu rõ các thành phần và hoạt động trong chuỗi giá trị du lịch nông nghiệp (mục 4.1.2).

- *Các bên tham gia chuỗi giá trị du lịch nông nghiệp*: Phillip và cộng sự (2010) đã phân tích các bên tham gia chính trong chuỗi giá trị du lịch nông nghiệp bao gồm: nông dân và nhà sản xuất nông sản, công ty du lịch và lễ hành, chính quyền và cơ quan quản lý, cộng đồng địa phương, các tổ chức hỗ trợ và du khách. Sự phối hợp giữa các bên này góp phần vào phát triển bền vững du lịch nông nghiệp.

- *Mối liên kết giữa du lịch và nông nghiệp trong chuỗi giá trị*: Lăng và cộng sự (2020) nhấn mạnh việc kết nối giữa nông sản địa phương và trải nghiệm du lịch. Một số tác giả đã chỉ ra rằng du lịch có thể là cơ hội lớn để tăng cường thu nhập cho nông dân nếu có sự tích hợp tốt giữa hai lĩnh vực hoặc nhấn mạnh tầm quan trọng của doanh nghiệp địa phương, chẳng hạn như các khách sạn, ưu tiên mua thực phẩm từ nông dân trong khu vực để tạo ra sự kết nối trong chuỗi giá trị. Lan và Hạnh (2020) xây dựng mô hình nâng cấp chuỗi giá trị du lịch nông nghiệp gắn với liên kết ngành, liên kết vùng nhằm định hướng cho việc quy hoạch phát triển du lịch, kinh tế - xã hội theo hướng bền vững.

- *Phát triển bền vững và giá trị gia tăng trong chuỗi giá trị du lịch nông nghiệp*. Torres và Momsen (2006), Mitchell và Ashley (2010), Nam (2012), Hương (2012), Phương (2023) đã nhấn mạnh rằng sự phát triển chuỗi giá trị này phải đảm bảo các yếu tố bền vững, cả về môi

trường lẫn kinh tế - xã hội; việc phát triển chuỗi giá trị có thể giúp cải thiện đời sống của người dân địa phương và mang lại lợi ích cho các bên tham gia, nếu các yếu tố bền vững được chú trọng.

- *Thách thức trong phát triển chuỗi giá trị du lịch nông nghiệp*: Các nghiên cứu cũng chỉ ra một số thách thức trong phát triển chuỗi giá trị du lịch nông nghiệp, đặc biệt liên quan đến sự thiếu hụt nguồn nhân lực, hạn chế về cơ sở hạ tầng và sự hợp tác giữa các bên tham gia và chỉ ra tầm quan trọng của việc tăng cường liên kết địa phương (nông dân và các khách sạn) trong chuỗi giá trị du lịch nông nghiệp. Ngân và Thịnh (2021), Anh và cộng sự (2023) chỉ ra các thách thức trong việc liên kết các hộ sản xuất nông nghiệp nhà cung ứng sản phẩm, dịch vụ du lịch trong chuỗi, bao gồm những hạn chế về cơ sở hạ tầng, nguồn vốn, nhân lực và sự thiếu đồng bộ trong chính sách hỗ trợ từ phía chính quyền.

Các nghiên cứu về chuỗi giá trị du lịch nông nghiệp đã phát triển mạnh mẽ trong những năm gần đây, phản ánh sự quan tâm ngày càng tăng đối với lĩnh vực này. Các nghiên cứu đã chỉ ra các hoạt động của chuỗi giá trị, phân tích các mối quan hệ và sự liên kết giữa các bên tham gia trong chuỗi. Tuy nhiên, hiện vẫn còn thiếu những nghiên cứu dựa trên nền tảng lý luận đã đưa ra được những gợi ý cho chính sách phát triển chuỗi giá trị du lịch nông nghiệp Việt Nam hiện nay.

3. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng kết hợp các phương pháp nghiên cứu bao gồm thu thập dữ liệu thứ cấp, quan sát thực tế và phỏng vấn sâu. Trong đó, nguồn dữ liệu được sử dụng trong phương pháp thu thập, phân tích và xử lý dữ liệu là các tài liệu thứ cấp từ các nghiên cứu trước liên quan đến chuỗi giá trị du lịch, chuỗi giá trị du lịch nông nghiệp, tình hình phát triển du lịch nông nghiệp và chuỗi giá trị du lịch nông nghiệp của Việt Nam. Để khám phá thông tin chi tiết về tiềm năng, thực trạng chuỗi giá trị du lịch nông nghiệp, các chính sách hiện tại và những gợi ý chính sách thúc đẩy phát triển chuỗi giá trị du lịch nông nghiệp, nghiên cứu tiến hành phỏng vấn sâu 12 đại diện cho các bên liên quan, bao gồm 03 chuyên gia trong lĩnh vực du lịch nông nghiệp; 02 đại diện chính quyền địa phương; 02

đại diện cơ quan quản lý nhà nước về du lịch; 05 đại diện các doanh nghiệp du lịch cung cấp các sản phẩm trong chuỗi giá trị du lịch nông nghiệp (bao gồm doanh nghiệp tại cộng đồng địa phương). Các câu hỏi phỏng vấn tập trung vào việc xác định các yếu tố chính trong chuỗi giá trị du lịch nông nghiệp, cũng như các thách thức và cơ hội trong việc phát triển mô hình này tại Việt Nam. Sau khi thu thập dữ liệu từ các cuộc phỏng vấn, nội dung được mã hóa và tổng hợp phân tích cùng các dữ liệu thứ cấp để mô tả thực trạng chuỗi giá trị du lịch nông nghiệp Việt Nam (kết quả phỏng vấn được trích dẫn trong nghiên cứu với ký hiệu KQPV 1-12 tại mục 4.2). Ngoài ra, nghiên cứu còn thu thập các dữ liệu bổ sung từ hoạt động quan sát trực tiếp các khu vực phát triển du lịch nông nghiệp tại một số địa bàn tiêu biểu của Việt Nam, nhằm cung cấp thêm các dữ liệu về thực trạng chuỗi giá trị du lịch nông nghiệp.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Một số vấn đề lý luận về chuỗi giá trị du lịch và chuỗi giá trị du lịch nông nghiệp

4.1.1. Chuỗi giá trị du lịch (*Tourism value chain*)

- Khái niệm

Mikevic (2021) cho rằng chuỗi giá trị du lịch đơn giản là một hệ thống, trong đó các doanh nghiệp hợp tác với chính quyền và các bên tham gia tiếp cận các nguồn lực làm đầu vào, tạo ra giá trị thông qua các hoạt động khác nhau liên quan đến ngành du lịch. Chuỗi giá trị du lịch bao gồm tất cả các hoạt động từ hoạch định, sản xuất/khai thác tài nguyên, phát triển sản phẩm/điểm đến, cung ứng (đầu vào, đầu ra), marketing (phân phối, định giá, định vị...), dịch vụ hỗ trợ đến dịch vụ sau bán hàng với mục tiêu tạo ra giá trị cao nhất từ mỗi khâu trong chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch (Kai, 2020).

- Các thành phần của chuỗi giá trị du lịch

Porter (1985) chia các hoạt động kinh doanh của doanh nghiệp thành 2 nhóm: Hoạt động chính và hoạt động hỗ trợ. Trong đó, hoạt động chính bao gồm 05 thành phần là: Hậu cần đầu vào (tiếp nhận sản phẩm dịch vụ, lưu trữ và quản lý hàng hóa); vận hành (sản xuất, đóng gói, bảo dưỡng, đảm bảo chất lượng), hậu cần đầu ra (phân phối, xử lý dịch vụ); marketing và bán hàng (thu hút khách hàng mục tiêu và bán sản

phẩm), dịch vụ (duy trì sản phẩm, chăm sóc và nâng cao trải nghiệm của khách hàng). Các hoạt động hỗ trợ bao gồm 04 yếu tố: Thu mua (nguyên vật liệu); phát triển công nghệ (được sử dụng ở giai đoạn nghiên cứu, phát triển sản phẩm và marketing); quản lý nguồn nhân lực (bao gồm việc tuyển dụng và tuyển mộ nhân lực có chất lượng, đào tạo bồi dưỡng, phát triển, tạo động lực cho nguồn nhân lực); cơ cấu tổ chức và hạ tầng của doanh nghiệp (liên quan đến lập kế hoạch, kế toán, tài chính và kiểm soát chất lượng). Vai trò của các hoạt động hỗ trợ là giúp các hoạt động chính hiệu quả hơn. Sự tích hợp của các hoạt động chính và hỗ trợ giúp tăng thêm giá trị và tạo ra lợi thế cạnh tranh cho doanh nghiệp.

Trong lĩnh vực du lịch, bên cạnh những yếu tố giá trị cốt lõi, chuỗi giá trị của du lịch có một số điểm khác biệt quan trọng so với chuỗi giá trị của sản phẩm và dịch vụ hàng hóa nói chung. Điểm khác biệt căn bản là sản phẩm du lịch có thể không dễ nhận thấy như chuỗi giá trị sản phẩm hàng hóa thông thường. Sự khác biệt này chủ yếu nằm ở một số đặc tính vô hình của sản phẩm du lịch, tính đa dạng và cá nhân hóa trong sở thích du lịch của khách hàng, tính thời vụ, chất lượng dịch vụ và sức hấp dẫn của điểm đến... Những khác biệt này đòi hỏi ngành du lịch phải có cách tiếp cận quản lý và phát triển chuỗi giá trị riêng biệt tập trung vào trải nghiệm khách hàng, quản lý mối quan hệ giữa các bên liên quan trực tiếp trong chuỗi giá trị và tối ưu hóa vai trò của các bên tham gia hỗ trợ nhằm thúc đẩy phát triển du lịch bền vững theo định hướng các hoạt động trong chuỗi giá trị đạt hiệu quả (Song và cộng sự, 2013).

4.1.2. Chuỗi giá trị du lịch nông nghiệp

(*Agritourism value chain*)

- Khái niệm

Chuỗi giá trị du lịch nông nghiệp là sự kết hợp chuỗi giá trị du lịch và nông nghiệp, tập trung vào việc tạo ra các giá trị kinh tế, xã hội và môi trường thông qua sự liên kết giữa các hoạt động sản xuất nông nghiệp và du lịch. Chuỗi giá trị du lịch nông nghiệp bao gồm các hoạt động từ sản xuất nông sản, chế biến, đến việc cung cấp các dịch vụ du lịch như tham quan, lưu trú tại trang trại và trải nghiệm văn hóa nông thôn nhằm tối ưu hóa lợi ích cho tất cả các bên tham

KINH TẾ VÀ XÃ HỘI

gia, bao gồm nông dân, doanh nghiệp du lịch và du khách (Morales và cộng sự, 2020).

- Các thành phần của chuỗi giá trị du lịch nông nghiệp

Theo lý thuyết về chuỗi giá trị, các hoạt động trong chuỗi giá trị du lịch nông nghiệp được tổ chức theo một trình tự nhất định, từ việc sản xuất nông sản, chế biến, đến cung cấp dịch vụ du lịch và trải nghiệm cho khách hàng. Mỗi hoạt động

này không chỉ tạo ra giá trị riêng lẻ mà còn đóng góp vào giá trị tổng thể của sản phẩm du lịch nông nghiệp. Theo Morales và cộng sự (2020), mô hình chuỗi giá trị du lịch nông nghiệp bao gồm các hoạt động chính và hoạt động hỗ trợ, được thiết kế để tối ưu hóa giá trị gia tăng từ các sản phẩm nông nghiệp đến dịch vụ du lịch (Hình 1).

Hình 1: Phân tích các hoạt động trong chuỗi giá trị du lịch nông nghiệp

	Sản phẩm và dịch vụ DLNN	Quản trị nguồn nhân lực	Hậu cần đầu vào	Dịch vụ điểm đến	Dịch vụ sau bán
HOẠT ĐỘNG CHÍNH	<ul style="list-style-type: none"> - Dịch vụ sản phẩm đảm bảo an toàn, sạch sẽ - Điểm tuyến du lịch nông nghiệp, đi bộ - Tìm hiểu lịch sử, quá trình phát triển - Hoạt động thể thao - Các chương trình biểu diễn, hòa nhạc - Chăm sóc sức khỏe, khám phá phong cảnh, truyền thống, văn hóa - Giải trí, vui chơi • Quản lý trải nghiệm toàn diện 5 giác quan. 	<ul style="list-style-type: none"> - Định hướng phát triển - Quản trị chất lượng dịch vụ phục vụ - Phát triển kỹ năng và kiến thức về ẩm thực và lưu trú - Kỹ năng giao tiếp - Tạo động lực và thu nhập 	<ul style="list-style-type: none"> - Thái độ tích cực - Vận chuyển đón khách - Dịch vụ đón tiếp, xử lý hành lý - Thông tin và sự quan tâm xuyên suốt - Đăng ký, kiểm soát - Hoạt động di chuyển - Vận chuyển tiễn khách 	<ul style="list-style-type: none"> - Trung tâm đón khách - Nơi lưu trú, nhà khách, khu cắm trại - Khu vệ sinh, tiện nghi khác - Ẩm thực địa phương, vệ sinh an toàn thực phẩm, bán địa, tinh tế - Văn hóa và các hoạt động hỗ trợ vui chơi - Dịch vụ thương mại, thực phẩm, đồ thủ công, đồ lưu niệm... 	<ul style="list-style-type: none"> - Đánh giá bằng khảo sát về chất lượng dịch vụ - Theo dõi cá nhân về trải nghiệm - Nhà cung ứng mới - Khuyến mãi, sản phẩm và dịch vụ mới
HOẠT ĐỘNG BỔ TRỢ	<ul style="list-style-type: none"> - Cơ sở hạ tầng và công nghệ của điểm đến du lịch nông nghiệp 	<ul style="list-style-type: none"> - Giao thông và tiếp cận - Điện, nước - Quản lý chất thải hiệu quả - Biện pháp và môi trường 	<ul style="list-style-type: none"> - Hỗ trợ đảm bảo cơ sở vật chất và chất lượng tiện nghi (buồng phòng, bát đĩa, khăn trải bàn, đồ uống...) - Sử dụng năng lượng tái tạo - Bảo trì, an ninh và kiểm soát 	<ul style="list-style-type: none"> - Thanh toán trực tiếp và thanh toán qua thẻ - Quản lý hàng tồn kho - Dịch vụ WiFi 	
	<ul style="list-style-type: none"> - Marketing, điều hành tour du lịch: Xúc tiến và bán hàng 	<ul style="list-style-type: none"> - Nhà điều hành tour - Công ty lữ hành 	<ul style="list-style-type: none"> - Công nghệ tin Internet, Blog - Truyền hình, ra đio... 	<ul style="list-style-type: none"> - Khuyến mãi, Bán hàng - Thanh toán 	
	<ul style="list-style-type: none"> - Cung ứng và bảo tồn tài nguyên 	<ul style="list-style-type: none"> - Quản lý nhà cung cấp - Chất lượng đầu vào 	<ul style="list-style-type: none"> - Tối ưu hóa quản lý tài nguyên - Giảm thiểu chi phí - Quản lý tài chính và vốn lưu động 	<ul style="list-style-type: none"> - Chính sách bảo tồn tài nguyên, cân bằng sinh thái - Bảo tồn khu vực xanh 	
	<ul style="list-style-type: none"> - Hệ thống thông tin và tổ chức 	<ul style="list-style-type: none"> - Truyền thông nội bộ hiệu quả - Cập nhật và đổi mới trong hệ thống thông tin. 	<ul style="list-style-type: none"> - Phân tích thị trường thường xuyên - Nhận thức của bên liên quan - Chứng nhận 	<ul style="list-style-type: none"> - Nghiên cứu, phát triển các sản phẩm dịch vụ mới - Phân tích kết quả 	

Nguồn: Morales và cộng sự, 2020

Nghiên cứu của Smith và Brown (2020) đã chỉ ra rằng mô hình chuỗi giá trị du lịch nông nghiệp có thể giúp cải thiện chất lượng sản phẩm nông nghiệp, tăng cường tính cạnh tranh của các điểm đến du lịch nông nghiệp và tạo ra những trải nghiệm độc đáo cho du khách. Điều này không chỉ giúp nâng cao thu nhập cho nông dân mà còn góp phần vào việc bảo vệ môi trường và phát triển cộng đồng bền vững.

Có một số khác biệt trong cách phân loại các hoạt động chính và hỗ trợ trong chuỗi giá trị du lịch nông nghiệp, chẳng hạn trong nghiên cứu của Morales và cộng sự (2020) yếu tố quản trị nhân lực được xếp vào các hoạt động chính;

marketing du lịch thuộc nhóm hoạt động hỗ trợ. Trong khi các nghiên cứu có liên quan (Porter, 1985; Song và cộng sự, 2013; Mao và cộng sự, 2018; Smith và Brown, 2020) thì phân tích ngược lại, các hoạt động marketing, quảng bá, phân phối bán sản phẩm thuộc nhóm hoạt động chính còn quản trị nhân lực là hoạt động hỗ trợ.

Tổng hợp và phát triển từ các dữ liệu nghiên cứu về chuỗi giá trị du lịch nông nghiệp (Mao và cộng sự, 2018, UNWTO, 2020; Morales và cộng sự, 2020; Kai, 2020), nghiên cứu hệ thống hóa lại chuỗi giá trị du lịch nông nghiệp bao gồm hai nhóm hoạt động chính và hoạt động hỗ trợ được tổng hợp qua bảng sau:

Bảng 1: Tổng hợp các hoạt động của chuỗi giá trị du lịch nông nghiệp

Hoạt động chính	Hoạt động hỗ trợ
<ul style="list-style-type: none"> ✓ Thiết kế, phát triển sản phẩm và dịch vụ du lịch nông nghiệp ✓ Marketing, quảng bá và phân phối, bán sản phẩm ✓ Dịch vụ vận chuyển, hậu cần ✓ Dịch vụ lưu trú và ăn uống ✓ Dịch vụ tham quan, khám phá và trải nghiệm điểm đến ✓ Dịch vụ du lịch gắn với giáo dục, nâng cao hiểu biết ✓ Dịch vụ vui chơi giải trí, sự kiện ✓ Dịch vụ mua sắm, dịch vụ bổ sung khác ✓ Dịch vụ sau bán hàng 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Sản xuất và chế biến sản phẩm nông nghiệp được khai thác phục vụ du lịch ✓ Hậu cần, vận chuyển cung ứng sản phẩm và dịch vụ du lịch nông nghiệp ✓ Phát triển điểm đến và cơ sở hạ tầng ✓ Quản trị nguồn nhân lực ✓ Cấu trúc doanh nghiệp (quản lý chung, tài chính kế toán, hệ thống thông tin, pháp lý) ✓ Hợp tác và mạng lưới liên kết ✓ Phát triển khoa học và công nghệ ✓ Chính sách, quy định hỗ trợ phát triển. ✓ Bảo vệ môi trường, văn hóa địa phương
Giá trị gia tăng của chuỗi	

Nguồn: Tác giả tổng hợp

Giá trị gia tăng của chuỗi giá trị du lịch nông nghiệp bao gồm việc tối ưu hóa các yếu tố sản xuất, chế biến và tiêu thụ sản phẩm nông nghiệp thông qua việc kết hợp chúng với các hoạt động du lịch. Điều này không chỉ nâng cao giá trị của sản phẩm nông nghiệp mà còn mang lại lợi ích kinh tế, văn hóa, môi trường cho địa phương. Các hoạt động như trải nghiệm làm nông, tham quan trang trại, thưởng thức ẩm thực địa phương giúp tăng cường sự kết nối giữa nông dân và du khách, tạo thêm việc làm cho cộng đồng; đồng thời thúc đẩy phát triển du lịch bền vững.

4.2. Thực trạng chuỗi giá trị du lịch nông nghiệp Việt Nam

Trong những năm gần đây, Việt Nam đã chứng kiến sự gia tăng trong nhu cầu du lịch nông nghiệp với nhiều điểm đến nổi bật và các sản phẩm đặc sản địa phương được du khách ưa chuộng. Tuy nhiên, thực trạng chuỗi giá trị du lịch nông nghiệp vẫn chưa đạt được hiệu quả tối ưu. Các hạn chế chính bao gồm sự thiếu liên kết giữa các bên trong chuỗi giá trị, chất lượng dịch vụ và cơ sở hạ tầng, ứng dụng công nghệ còn chưa đồng bộ. Từ dữ liệu nghiên cứu thứ cấp kết hợp phỏng vấn ý kiến của các bên liên quan và những ghi chép trong quá trình quan sát tại một số điểm du lịch nông nghiệp, nghiên cứu khái quát lại thực trạng chuỗi giá trị du lịch nông nghiệp Việt Nam với hai nhóm hoạt động như sau:

4.2.1. Các hoạt động chính trong chuỗi

- *Thiết kế, phát triển sản phẩm và dịch vụ du*

lịch nông nghiệp: Việt Nam có nhiều mô hình du lịch nông nghiệp từ quy mô nhỏ đến lớn, chủ yếu tập trung ở các địa bàn có tài nguyên nông nghiệp phong phú và có lợi thế thu hút khách du lịch như Sapa - Lào Cai, Mộc Châu - Sơn La, Hội An - Quảng Nam, Đà Lạt - Lâm Đồng, Ninh Thuận, Bình Phước và các tỉnh Đồng bằng sông Cửu Long. Các hoạt động thường là trải nghiệm điểm đến có sản xuất nông nghiệp như “tham quan vườn cây, mô hình canh tác, thu hoạch nông sản và thử các sản phẩm đặc sản địa phương” (KQPV3). Tuy nhiên, “việc thiết kế sản phẩm du lịch nông nghiệp ở Việt Nam còn chưa đa dạng và thiếu tính đặc sắc trong sản phẩm” (KQPV1,2). Ngoài ra, sự liên kết trong chuỗi cung ứng du lịch cũng như “liên kết trong và ngoài điểm đến du lịch nông nghiệp còn yếu nên chưa thực sự hấp dẫn du khách” (KQPV8, 9).

- *Marketing, quảng bá và phân phối, bán sản phẩm:* Một số địa phương có kinh nghiệm phát triển du lịch từ trước như Sa Pa, Mộc Châu, ... đã bước đầu xây dựng được thương hiệu du lịch nông nghiệp. Nhưng “Công tác quảng bá và xúc tiến cho du lịch nông nghiệp Việt Nam chưa được quan tâm đúng mức, chủ yếu thông qua mạng xã hội và website của các doanh nghiệp nhỏ lẻ, quy mô địa phương; chưa chú trọng sự kết nối, quảng bá ở thị trường quốc tế” (KQPV4,6). Các chiến lược marketing tổng thể cho du lịch nông nghiệp từ cấp quốc gia và địa phương chưa được xây dựng rõ ràng.

- *Dịch vụ vận chuyển, hậu cần phục vụ*

khách: Nhìn chung dịch vụ vận chuyển đến các điểm du lịch nông nghiệp còn nhiều hạn chế về chất lượng và sự thuận tiện. Đặc biệt, “các tuyến đường vào các điểm du lịch nông nghiệp ở các vùng sâu, vùng xa ở các tỉnh Tây Bắc, Tây Nguyên, phía Tây miền Trung và Tây Nam Bộ còn khó khăn, thiếu phương tiện công cộng và các dịch vụ hỗ trợ” (KQPV 2,9,10).

- *Dịch vụ lưu trú và ăn uống*: Phần lớn các điểm đến ở nông thôn còn thiếu các tiện nghi cần thiết và chất lượng dịch vụ còn thấp; chưa thực sự đáp ứng được nhu cầu đa dạng của khách (Ngân và Thịnh, 2021).

- *Dịch vụ tham quan, trải nghiệm điểm đến*: Các dịch vụ tham quan, khám phá tại các điểm du lịch nông nghiệp “chủ yếu dựa trên sản phẩm vốn có của địa phương, trải nghiệm các hoạt động sản xuất truyền thống, một số mô hình khai thác sản xuất nông nghiệp hữu cơ kết hợp công nghệ cao” (KQPV5,12); Tuy nhiên các sản phẩm còn đơn điệu, thiếu sáng tạo và khách chủ yếu tham quan trong ngày nên hiệu quả kinh doanh chưa cao (KQPV1,11; Crong, 2020).

- *Dịch vụ du lịch gắn với giáo dục, nâng cao hiểu biết*: Một số ít điểm du lịch nông nghiệp kết hợp với giáo dục như “các trại hè nông nghiệp cho trẻ em hay các khóa học về trồng trọt, nhưng chưa được phát triển rộng rãi và chưa có nhiều chương trình giáo dục chuyên sâu” (KQPV6,8).

- *Dịch vụ vui chơi giải trí, tham gia sự kiện*: Dịch vụ vui chơi giải trí và sự kiện tại các điểm du lịch nông nghiệp còn khá đơn giản, “chủ yếu là các lễ hội truyền thống hoặc các lễ hội quảng bá nông phẩm như lễ hội hoa, lễ hội trái cây, lễ hội ẩm thực... sản phẩm có đa dạng nhưng chưa được tổ chức thường xuyên và thiếu các dịch vụ bổ sung để khách có thể gia tăng thời gian lưu trú du lịch” (KQPV2,6).

- *Dịch vụ mua sắm và dịch vụ bổ sung khác*: Các dịch vụ mua sắm tại các điểm du lịch nông nghiệp còn hạn chế, chủ yếu là các sản phẩm nông sản địa phương.

- *Dịch vụ sau bán hàng*: Dịch vụ sau bán hàng trong du lịch nông nghiệp “không được chú trọng, thiếu các hoạt động chăm sóc khách hàng, tỷ lệ khách quay lại điểm du lịch không đáng kể” (KQPV9,10).

4.2.2. Các hoạt động bổ trợ

- *Sản xuất và chế biến phục vụ du lịch nông*

ngiệp: Sản xuất nông nghiệp phục vụ du lịch “thiếu sự liên kết chặt chẽ giữa nông dân và các đơn vị tổ chức du lịch, dẫn đến sản phẩm đơn điệu và không đáp ứng được nhu cầu đa dạng của khách du lịch” (KQPV3,6,10). “Người nông dân chưa mặn mà làm du lịch, các doanh nghiệp du lịch đưa khách đến nhưng sản phẩm còn chưa đặc sắc, dịch vụ còn thiếu thốn nên chưa được đầu tư khai thác.” (KQPV10,11,12).

- *Hậu cần, vận chuyển cung ứng*: Hậu cần và vận chuyển sản phẩm du lịch nông nghiệp chủ yếu dựa vào các “phương tiện sẵn có và chưa có hệ thống vận chuyển chuyên nghiệp phục vụ riêng cho hoạt động du lịch nông nghiệp” (KQPV2,3,10).

- *Phát triển điểm đến và cơ sở hạ tầng*: “Cơ sở hạ tầng tại các điểm du lịch nông nghiệp đặc biệt ở khu vực nông thôn, miền núi còn hạn chế, thiếu các dịch vụ công cộng như nhà vệ sinh, bãi đỗ xe và hệ thống chiếu sáng” (KQPV4,5). “Việc phát triển các điểm du lịch mới gặp nhiều khó khăn do thiếu vốn đầu tư, thiếu cơ sở lưu trú đạt tiêu chuẩn, khiến du khách gặp khó khăn khi lưu trú và trải nghiệm” (KQPV2,3,10).

- *Quản trị nguồn nhân lực*: Đào tạo nguồn nhân lực cho du lịch nông nghiệp chưa được chú trọng, “Phần lớn người dân tham gia vào hoạt động du lịch nông nghiệp chưa qua đào tạo chuyên môn, dẫn đến chất lượng nhân lực còn hạn chế, đặc biệt là kỹ năng giao tiếp, phục vụ khách và chuyên môn về quản lý hoạt động du lịch” (KQPV1,3; Lan và Hanh 2020).

- *Vận hành doanh nghiệp*: “Tổ chức của các doanh nghiệp du lịch nông nghiệp phần lớn là các hộ kinh doanh cá thể hoặc doanh nghiệp nhỏ, thiếu sự chuyên nghiệp trong quản lý và điều hành dẫn đến việc kinh doanh chưa thực sự hiệu quả” (KQPV5,9,12).

- *Hợp tác và mạng lưới liên kết*: “Sự hợp tác giữa các đơn vị trong chuỗi giá trị du lịch nông nghiệp còn lỏng lẻo, chưa có sự liên kết chặt chẽ giữa nông dân, doanh nghiệp du lịch và các cơ quan quản lý nhà nước dẫn đến chưa phát huy được vai trò của các bên trong thúc đẩy du lịch nông nghiệp phát triển” (KQPV1,5,9).

- *Phát triển khoa học và công nghệ*: “Ứng dụng khoa học và công nghệ trong du lịch nông nghiệp còn rất ít, đa phần các điểm đến chưa có sự đầu tư vào các giải pháp công nghệ cao để

nâng cao chất lượng dịch vụ, quản lý khách hàng và phát triển các sản phẩm du lịch thông minh” (KQPV2,6,11).

- *Chính sách và quy định hỗ trợ phát triển*: “Các chính sách hỗ trợ phát triển du lịch nông nghiệp như hỗ trợ vay vốn, cung cấp nhân lực có chất lượng còn thiếu đồng bộ và chưa thực sự tạo động lực cho các doanh nghiệp và người dân đầu tư vào lĩnh vực này” (KQPV9,11,12).

- *Bảo vệ môi trường và văn hóa địa phương*: Các hoạt động du lịch nông nghiệp ở một số địa phương “chưa thực sự quan tâm đúng mức đến việc bảo vệ môi trường và giữ gìn văn hóa địa phương, dẫn đến ô nhiễm môi trường và xói mòn văn hóa truyền thống” (KQPV3,6,7).

Chuỗi giá trị du lịch nông nghiệp tạo ra giá trị gia tăng từ việc kết hợp các sản phẩm nông nghiệp với các dịch vụ du lịch, giúp đa dạng hóa nguồn thu nhập cho nông dân và các doanh nghiệp địa phương. Tuy nhiên, giá trị gia tăng của du lịch nông nghiệp tại Việt Nam còn thấp, phần lớn do những hạn chế về sản phẩm, dịch vụ và thiếu sự liên kết chặt chẽ cũng như thiếu hoạch định và cơ chế chính sách tổng thể, đồng bộ từ Trung ương đến địa phương (KQPV5,11,12).

5. Bàn luận

Từ những vấn đề lý luận và thực trạng chuỗi giá trị du lịch nông nghiệp Việt Nam những năm gần đây, tác giả đề xuất một số chính sách sau:

- *Tăng cường liên kết và hợp tác giữa các bên tham gia*: Nhà nước cần ban hành chiến lược tổng thể cho phát triển du lịch nông nghiệp Việt Nam. Đồng thời, có những chính sách khuyến khích hợp tác công - tư giữa nông dân, doanh nghiệp du lịch, cơ quan quản lý nhà nước và các tổ chức phi chính phủ. Các doanh nghiệp và các tổ chức liên quan chủ động hợp tác để thành lập các hiệp hội, liên minh và có cơ chế xúc tiến cho các bên tham gia vào quá trình thiết kế, phát triển sản phẩm và dịch vụ du lịch nông nghiệp. Tại các địa phương nơi có nhiều tiềm năng phát triển du lịch nông nghiệp như Đà Lạt, Mộc Châu, Sa Pa,... nên có các mô hình thúc đẩy sự phát triển của các hiệp hội/hợp tác xã du lịch nông nghiệp nhằm liên kết, điều phối, hỗ trợ hoạt động của các trang trại, doanh nghiệp du lịch và các bên tham gia.

- *Nâng cao chất lượng dịch vụ và cơ sở hạ*

tầng: Nền móng cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch tại các khu vực miền núi, nông thôn cần được các cấp chính quyền tiếp tục có những dự án nâng cấp, tạo điều kiện thu hút khách du lịch. Đặc biệt, cần chú trọng đến các cung đường từ các trung tâm du lịch như Hà Nội về khu vực Tây Bắc, Đà Lạt về các khu vực Tây Nguyên... Để nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch nông nghiệp, việc đầu tư xây dựng các cơ sở lưu trú, các nhà hàng địa phương và các cơ sở tiện ích phục vụ khách du lịch cần được đầu tư, đa dạng hóa dịch vụ và dựa trên sự hợp tác của doanh nghiệp với các dự án đầu tư hỗ trợ cho các địa phương.

- *Phát triển sản phẩm du lịch nông nghiệp đa dạng và sáng tạo*: Thiết kế và phát triển các sản phẩm du lịch nông nghiệp mang tính độc đáo, sáng tạo, kết hợp quảng bá các sản phẩm OCOP và trải nghiệm du lịch nông nghiệp từ chuỗi sản phẩm đạt được chứng nhận, kết hợp quảng bá phương thức sản xuất, văn hóa địa phương và giáo dục. Thường xuyên tổ chức các sự kiện, lễ hội, hội chợ nông sản địa phương tại Tây Bắc, Tây Nguyên, Tây Nam Bộ... gắn với quảng bá rộng rãi, có sử dụng hình ảnh của KOL du lịch để thu hút du khách trong và ngoài nước. Để phát triển sản phẩm du lịch nông nghiệp đa dạng và sáng tạo, cần xây dựng các chính sách như hỗ trợ tài chính và đào tạo, công tác nghiên cứu và thử nghiệm cho đổi mới sáng tạo, xây dựng và quảng bá thương hiệu sản phẩm, thiết lập tiêu chuẩn chất lượng và khuyến khích sử dụng tài nguyên địa phương.

- *Thúc đẩy ứng dụng công nghệ và đổi mới sáng tạo*: Ứng dụng công nghệ thông tin và truyền thông trong việc quản lý, quảng bá và bán sản phẩm du lịch. Xây dựng các ứng dụng di động, website đa ngôn ngữ để giới thiệu các tour du lịch nông nghiệp. Sử dụng các nền tảng kỹ thuật số để kết nối trực tiếp với du khách, cung cấp thông tin chi tiết về các sản phẩm và dịch vụ du lịch nông nghiệp, tạo điều kiện cho việc đặt chỗ và thanh toán trực tuyến.

- *Đẩy mạnh công tác đào tạo và phát triển nguồn nhân lực*: Tăng cường đào tạo chuyên môn cho lực lượng lao động địa phương, đặc biệt là về kỹ năng giao tiếp, hướng dẫn du lịch, quản lý và vận hành các dịch vụ du lịch nông nghiệp. Hợp tác với các trường đại học, cao đẳng

và các tổ chức quốc tế để xây dựng các chương trình đào tạo chuyên sâu về du lịch nông nghiệp. Tổ chức các khóa đào tạo ngắn hạn cho nông dân về kỹ năng giao tiếp tiếng Anh và quản lý dịch vụ homestay, giúp họ có thể tiếp đón và phục vụ du khách quốc tế tốt hơn. Các cơ quan quản lý nhà nước về du lịch tạo cơ chế thuận lợi và là cầu nối tổ chức thực hiện các đề tài, dự án có sự hợp tác với các trường đại học, viện nghiên cứu để phát triển các chương trình đào tạo chuyên sâu về du lịch nông nghiệp. Đồng thời, cần có các chính sách hỗ trợ cộng đồng địa phương tham gia vào hoạt động du lịch, nhằm tạo ra nguồn thu nhập ổn định và nâng cao chất lượng cuộc sống.

- *Xây dựng các chính sách hỗ trợ phát triển du lịch nông nghiệp:* Các cơ quan quản lý cần cần có khung pháp lý rõ ràng nhằm tháo gỡ các khó khăn về cơ chế, chính sách phát triển du lịch nông nghiệp, ban hành chính sách hỗ trợ nguồn lực và đầu tư vào du lịch nông nghiệp.

- *Tăng cường công tác bảo tồn văn hóa và bảo vệ môi trường:* Áp dụng các biện pháp bảo vệ môi trường trong hoạt động du lịch nông nghiệp, giảm thiểu tác động tiêu cực đến môi trường tự nhiên, khuyến khích sử dụng năng lượng tái tạo và các sản phẩm thân thiện với môi trường. Đồng thời, kết hợp các hoạt động bảo

tồn và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống của cộng đồng địa phương trong các hoạt động du lịch. Cơ quan quản lý tiếp tục rà soát, ban hành các chính sách khuyến khích bảo tồn văn hóa địa phương, bảo vệ môi trường trong hoạt động du lịch; đặc biệt tại các khu vực trọng điểm. Đồng thời, có cơ chế hỗ trợ nguồn lực cho các dự án bảo vệ môi trường, không gian sản xuất nông nghiệp và văn hóa bản địa truyền thống.

6. Kết luận

Việc áp dụng các lý thuyết về chuỗi giá trị vào thực tiễn giúp nhận diện được những điểm mạnh và hạn chế trong phát triển du lịch nông nghiệp, từ đó đưa ra các chính sách hợp lý nhằm tối ưu hóa các khâu từ sản xuất đến tiêu dùng, đảm bảo sự phát triển bền vững. Các chính sách cần tập trung vào việc tăng cường hợp tác giữa các bên liên quan, cải thiện cơ sở hạ tầng và dịch vụ, ứng dụng công nghệ mới và bảo vệ môi trường cùng văn hóa địa phương. Đồng thời, cần có sự hỗ trợ tài chính và đào tạo nguồn nhân lực để nâng cao chất lượng và khả năng cạnh tranh của du lịch nông nghiệp Việt Nam. Thực hiện đúng các chính sách này sẽ giúp Việt Nam khai thác tối đa tiềm năng du lịch nông nghiệp, góp phần phát triển kinh tế vùng nông thôn và nâng cao vị thế của ngành du lịch trên bản đồ quốc tế.

Tài liệu tham khảo

Anh, N. T. Q. và cộng sự (2023). Tổng quan kinh nghiệm quốc tế và những cơ hội, thách thức đối với phát triển du lịch nông nghiệp ở Việt Nam. *Tap chi Khoa hoc Nong nghiep Viet Nam*, 21(6), 794-803.

Cuong, D. M. (2020). *Phat trien du lich nong nghiep gan voi Chuong trinh muc tieu quoc gia xay dung nong thon moi theo huong ben vung (phan 2)*. Truy cập ngày 1 tháng 7 từ: <https://vietnamtourism.gov.vn/post/33581>.

Huong, B. T. L. (2012). So sanh thu nhap cua cac chu the trong chuoi gia tri du lich vung nong thon tai Cu lao Thoi Son, Tien Giang. *Tap chi Khoa hoc - Dai hoc Can Tho*, 24, 182-189.

Kai, P. (2020). The tourism value chain, Analysis and practical approaches for development cooperation projects. *Deutsche*

Gesellschaft für, Internationale Zusammenarbeit (GIZ) GmbH.

Kaplinsky, R. & Morris, M. (2001). A Handbook for Value Chain Research. *International Development Research Centre (IDRC)*, Ottawa, Canada, 114.

Lan, N. T. P. & Hanh, N. T. V. (2020). Tiep can chuoi gia tri trong nghien cuu phat trien du lich. *Tap chi Phat trien Khoa hoc va Cong nghe - Khoa hoc Xa hoi va Nhan van*, 4(3),408-416.

Lang, L. D., Dong, T. M. & Tram, N. T. M. (2020). Lien ket chuoi gia tri phat trien du lich cong dong gan voi giam ngheo: Goi y cho tinh Dak Nong. *Tap chi Cong thuong*, 4, 130-137.

Mao, Sh. et al. (2018). Analysis and Construction of Multidimensional Industry

- Chains of Agritourism. *Advances in Social Science, Education and Humanities Research*, 1160-1167.
- Mikevic, K. (2021). Tourism value chain and sustainability certification, *Project co-financed by the European Regional Development Fund*, 1-12.
- Mitchell, J & Ashley, C. (2010), *Tourism and poverty reduction: Pathways to prosperity*, London: Earthscan.
- Morales, L. et al (2020). Value chain for agritourism products. *Open Agriculture*, 5(1), 768-777.
- Nam, N. V. (2012). Chuoi gia tri san pham ban dia mo hình giam ngheo va phat trien ben vung o khu vuc mien Nui phía Bac Viet Nam. *Tap chi Khoa hoc Lao dong va Xa hoi*, 33, 57-65.
- Ngan, N. T.T. & Thinh, M. N. (2021). Tiep can chuoi gia tri trong phat trien du lich nong thon - Truong hop tinh Lam Dong. *Phat trien ben vung vung*, 11(02), 88-98.
- Porter, M. E. (1985). Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance. *New York, NY: Free Press.*
- Phillip, S., Hunter, C. J. & Blackstock, K. (2010). A typology for defining agritourism. *Tourism Management*, 31, 754-758.
- Puong, T. M. (2023). Phat trien du lich nong nghiep, nong thon ben vung o Viet Nam. *Tap chi Tai chinh*, 2.
- Smith, J. A., & Brown, B. B. (2020). Sustainable tourism development in agricultural areas. *Journal of Sustainable Tourism*, 28(5), 567-583.
- Song, H., Liu, J., & Chen, G. (2013), Tourism Value Chain Governance: Review and Prospects. *Journal of Travel Research*, 15-28.
- Torres R., Momsen J. (2006). Tourism and Agriculture: New Geographies of Consumption, *Production and Rural Restructuring*. Routledge, 240.
- UNWTO (2020). *Tourism and rural development: A global overview*. Retrieved July 01, 2024 from <https://www.unwto.org/tourism-and-rural-development>

NHỮNG VẤN ĐỀ LÝ LUẬN VỀ CHUỖI GIÁ TRỊ DU LỊCH NÔNG NGHIỆP VÀ GỢI Ý CHÍNH SÁCH PHÁT TRIỂN CHUỖI GIÁ TRỊ DU LỊCH NÔNG NGHIỆP VIỆT NAM

Phùng Thị Hằng

Trường Đại học Kinh tế Quốc dân

Email: hangpt@neu.edu.vn

Ngày nhận bài: 26/8/2024; Ngày phản biện: 31/8/2024; Ngày tác giả sửa: 20/9/2024;

Ngày duyệt đăng: 25/9/2024

DOI: <https://doi.org/10.58902/tcnckhpt.v3i3.169>

Tóm tắt: Hiện nay, tăng cường liên kết du lịch và nông nghiệp đang được xem như một chiến lược góp phần tối đa hóa hiệu quả các mối quan hệ kinh tế - xã hội liên ngành. Tiếp cận chuỗi giá trị trong phát triển du lịch nông nghiệp là một xu hướng nhận được sự quan tâm của các nhà nghiên cứu từ những năm 2000 trở lại đây. Tuy nhiên cách tiếp cận của các nghiên cứu còn chưa nhất quán về thành phần và các hoạt động trong chuỗi. Nghiên cứu này tập trung khái quát và hệ thống hóa những vấn đề lý luận về chuỗi giá trị du lịch nói chung và chuỗi giá trị du lịch nông nghiệp nói riêng, đồng thời, phân tích thực trạng các hoạt động chính và hoạt động hỗ trợ trong chuỗi giá trị du lịch nông nghiệp Việt Nam. Trên cơ sở đó, nghiên cứu đưa ra một số giải pháp và gợi ý chính sách nhằm góp phần phát triển của chuỗi giá trị du lịch nông nghiệp Việt Nam.

Từ khóa: Chính sách du lịch; Chuỗi giá trị du lịch; Du lịch nông nghiệp; Việt Nam.