

POLICIES TO PROMOTE MULTILATERAL COOPERATION IN THE DEVELOPMENT OF AGRICULTURAL TOURISM IN VIETNAM: THE “SIX-PARTY LINKAGE” MODEL

Phung Thi Hang

National Economics University

Email: hangpt@neu.edu.vn

Received: 8/9/2025; Reviewed: 23/9/2025; Revised: 26/9/2025; Accepted: 28/9/2025

DOI: <https://doi.org/10.58902/tcnckhpt.v4i3.284>

Abstract: *Agricultural tourism is emerging as a trend connecting the enhancement of agricultural product value and sustainable tourism development in Vietnam. This type of tourism not only contributes to product diversification, creating unique experiences for tourists but also increases benefits for participants in the supply chain. However, the current barriers to cooperation between stakeholders pose an urgent need for a more effective policy framework and coordination mechanism. Using qualitative methods, the study combines secondary data analysis and in-depth interviews with representatives from management agencies, businesses, farmers and social organizations at selected agricultural tourism destinations in Vietnam, the findings reveal that, alongside positive impacts, limitations remain due to the lack of consistency in the legal framework and support policies for collaborative agricultural tourism development. On that basis, the study proposes policies to promote cooperation in "Six-party linkage" (Government - enterprises - farmers - supporters - technologists - tourists), integrating the mechanism of co-creation and the application of digital technology to foster effective collaboration and promote sustainable agritourism development.*

Keywords: *Multi-stakeholder cooperation in agritourism development; The "Six Stakeholders" linkage model; In Vietnam.*

1. Đặt vấn đề

Du lịch nông nghiệp đang nổi lên như một xu hướng toàn cầu, góp phần thúc đẩy tăng trưởng kinh tế nông thôn, bảo tồn văn hóa bản địa và đa dạng hóa sản phẩm du lịch. Tại Việt Nam, loại hình này được xem là hướng đi tiềm năng khi vừa tạo thu nhập cho nông hộ, vừa nâng cao giá trị chuỗi cung ứng nông sản thông qua trải nghiệm du lịch (Nga et al., 2024). Tuy nhiên, phát triển du lịch nông nghiệp vẫn đối mặt với nhiều thách thức, đặc biệt trong tổ chức hợp tác đa bên và xây dựng chuỗi cung ứng hiệu quả. Về lý thuyết, nghiên cứu hiện nay chủ yếu tập trung vào sản phẩm, marketing điểm đến hoặc quản trị du khách, trong khi việc tích hợp các cơ sở lý thuyết về hợp tác đa bên, đồng sáng tạo giá trị và quản trị công nghệ số trong xây dựng chính sách vẫn còn bỏ ngỏ. Hệ quả là nhiều chính sách hiện hành chưa phát huy được vai trò điều phối, kết nối và tối ưu hóa nguồn lực. Về thực tiễn, hợp tác trong du lịch nông nghiệp còn manh mún, thiếu sự minh bạch về thông tin, cơ chế điều phối và liên kết dài hạn. Ứng dụng công nghệ số để đảm

bảo minh bạch, tăng hiệu quả phối hợp giữa các bên chưa được khai thác đúng mức.

Xuất phát từ khoảng trống nghiên cứu về sự tích hợp hợp tác đa bên, đồng sáng tạo giá trị và quản trị công nghệ số trong chính sách phát triển du lịch nông nghiệp, nghiên cứu này hướng tới ba mục tiêu: (1) *Hệ thống hóa cơ sở lý thuyết về du lịch nông nghiệp, hợp tác đa bên và chính sách liên quan*; (2) *Phân tích thực trạng hợp tác đa bên và chính sách hiện hành trong du lịch nông nghiệp tại Việt Nam*; (3) *Đề xuất khung chính sách tích hợp dựa trên mô hình “Liên kết sáu nhà”*.

2. Tổng quan nghiên cứu

Trong bối cảnh du lịch nông nghiệp ngày càng phát triển với sự tham gia của nhiều bên liên quan, lý thuyết về sự hợp tác đa bên trở thành nền tảng quan trọng để định hướng phát triển du lịch nông nghiệp. Ansell & Gash (2008) đặt nền móng cho tư duy “liên kết đa nhà” thông qua khung phân tích các mối quan hệ nhân quả trong quản trị hợp tác, tạo tiền đề cho nhiều nghiên cứu tiếp theo. Trên cơ sở đó, Sutawa (2012) đưa ra

mô hình Penta-Helix (Nhà nước - doanh nghiệp - cộng đồng - cơ sở đào tạo - truyền thông). Trong đó, cộng đồng được xem là chìa khóa để bảo tồn tài nguyên và phát triển bền vững. Paunic et al. (2025) đề xuất mô hình liên kết nông nghiệp - dịch vụ lưu trú - du lịch với năm yếu tố cốt lõi: tính bền vững, giáo dục, chính sách, vai trò nông dân và hạ tầng, làm cơ sở hoạch định và giám sát chính sách. Bổ sung góc nhìn thể chế, Nederlof et al. (2011) nhấn mạnh thành công của “liên kết đa nhà” phụ thuộc vào chính sách và cơ chế phối hợp, đặc biệt trong hỗ trợ nông dân nhỏ thông qua các nền tảng hợp tác đổi mới.

Tại Việt Nam, một số nghiên cứu bước đầu đã làm rõ vai trò của hợp tác đa bên trong phát triển du lịch nông nghiệp. Nghiên cứu của Ngan et al. (2025) về mô hình hợp tác công - tư (PPP) tại Vĩnh Long cho thấy PPP đóng vai trò quan trọng trong thúc đẩy du lịch nông nghiệp, nhưng vẫn còn hạn chế về phối hợp, minh bạch chính sách, cơ sở hạ tầng và sự tham gia của cộng đồng. Ở góc độ chuỗi giá trị, Phùng Thị Hằng (2024) nhấn mạnh cần xây dựng và củng cố liên kết giữa nông dân, doanh nghiệp du lịch và cơ quan quản lý nhà nước như nền tảng bảo đảm tính bền vững và hiệu quả ngành. Bổ sung cách tiếp cận định lượng, Le Anh (2022) phân tích Chương trình OCOP như một đòn bẩy giúp các hộ kinh doanh nhỏ gắn kết với du lịch, qua đó thúc đẩy phát triển cộng đồng và doanh nghiệp địa phương.

Xu hướng nghiên cứu về hợp tác đa bên và các chính sách thúc đẩy liên kết đang được quan tâm cả ở Việt Nam và trên thế giới. Tuy vậy, vẫn còn thiếu các phân tích chuyên sâu về cơ chế phối hợp, chia sẻ lợi ích và khung pháp lý nhằm bảo đảm công bằng giữa các tác nhân tham gia. Phần lớn nghiên cứu hiện nay mới tập trung vào mô hình PPP (hợp tác công - tư 3 nhà) hoặc liên kết 4 nhà (Nhà nước - nhà nông - nhà khoa học - nhà doanh nghiệp). Trong khi đó, các công trình khám phá chiều sâu hiệu quả và khả năng nhân rộng của mô hình liên kết 5 - 6 nhà còn khá hạn chế, đặc biệt khi mở rộng vai trò của du khách như tác nhân đồng sáng tạo và nhóm các yếu tố hỗ trợ khác (truyền thông, công nghệ, tài chính, tổ chức nghề nghiệp - xã hội). Các bên tham gia “hỗ trợ” vốn được đề cập rải rác trong nhiều nghiên cứu, nhưng nếu được tích hợp thành nhóm “nhà hỗ trợ” sẽ góp phần hoàn thiện và

khái quát hóa hơn khung lý thuyết hợp tác đa bên.

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Thiết kế nghiên cứu

Nghiên cứu này sử dụng phương pháp tiếp cận định tính nhằm phân tích cơ sở lý thuyết và thực tiễn của các chính sách thúc đẩy hợp tác đa bên trong phát triển du lịch nông nghiệp tại Việt Nam. Thiết kế nghiên cứu dựa trên mô hình nghiên cứu đa trường hợp của Yin (2018), cho phép khai thác sâu các yếu tố liên quan đến chính sách, cơ chế hợp tác và tác động thực tiễn tại các điểm đến.

3.2. Lựa chọn trường hợp nghiên cứu

Bốn trường hợp điển hình được lựa chọn vì có hoạt động du lịch nông nghiệp với sự tham gia đa bên, chính sách hỗ trợ địa phương và đại diện cho các vùng sinh thái khác nhau. Đà Lạt (Lâm Đồng) gắn với nông nghiệp công nghệ cao và du lịch hoa - rau, được hỗ trợ bởi nghị quyết phát triển và chính sách xúc tiến thương mại. Sa Pa (Lào Cai) tiêu biểu cho du lịch nông nghiệp gắn bản sắc dân tộc thiểu số, triển khai theo Đề án phát triển du lịch cộng đồng đến 2030. Cần Thơ nổi bật với mô hình sinh thái miệt vườn kết hợp nông sản đặc sản, gắn với chương trình xúc tiến du lịch nông nghiệp - nông thôn. Hà Nội tập trung phát triển du lịch nông nghiệp, chú trọng bảo tồn cảnh quan, làng nghề và kết nối thị trường nội địa.

3.3. Thu thập và phân tích dữ liệu

Dữ liệu nghiên cứu được thu thập từ ba nguồn chính: (1) *Dữ liệu thứ cấp* từ Luật Du lịch, các văn bản dưới luật, kế hoạch phát triển địa phương, báo cáo của Cục Du lịch Việt Nam và các tài liệu liên quan. (2) *Phỏng vấn bán cấu trúc* với 15 khách thể (cán bộ quản lý, doanh nghiệp du lịch, tổ chức nghề nghiệp - xã hội, hợp tác xã, cộng đồng và khách du lịch); dữ liệu được mã hóa theo chủ đề với mã định danh KPV [số thứ tự/mã hóa] [địa phương] (chẳng hạn: KPV 05 DL); (3) *Quan sát tham gia* và ghi chép thực địa tại một số điểm du lịch nông nghiệp, tập trung vào quy trình sản xuất, dịch vụ, marketing tại chỗ, sự hợp tác giữa các bên và trải nghiệm du khách. Dữ liệu được tổng hợp bằng phân tích nội dung kết hợp phân tích chủ đề theo Braun & Clarke (2006), qua các bước: định dạng, mã hóa, phát triển, tinh chỉnh chủ đề và diễn giải kết quả

gắn với khung lý thuyết. Đối chiếu chéo giữa ba nguồn dữ liệu giúp tăng độ tin cậy và là cơ sở đề xuất hàm ý chính sách.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Cơ sở lý luận về hợp tác đa bên

Theo Gray & Purdy (2018), hợp tác đa bên là quá trình phối hợp giữa các bên tham gia ở các cấp độ, vai trò khác nhau nhằm giải quyết những vấn đề phức tạp vượt quá khả năng của từng tổ chức riêng lẻ. Sự hợp tác này cho phép chia sẻ nguồn lực, kiến thức và trách nhiệm, từ đó nâng cao chất lượng sản phẩm, đa dạng hóa dịch vụ, đảm bảo lợi ích công bằng, tăng cường gắn kết xã hội và năng lực cạnh tranh điểm đến. Một số mô hình hợp tác đa bên trong du lịch bao gồm:

- *Mô hình hợp tác công - tư (PPP)*: Nhấn mạnh sự phối hợp giữa chính quyền và khu vực tư nhân nhằm phát triển hạ tầng, sản phẩm và dịch vụ, đồng thời chia sẻ rủi ro và lợi ích (Provan & Kenis, 2008). Theo Hall (1999), PPP thể hiện ở việc chính quyền ban hành cơ chế, chính sách về sử dụng đất đai, hạ tầng; doanh nghiệp đầu tư vốn, công nghệ, kênh phân phối, chiến lược marketing, tạo điều kiện cho doanh nghiệp và cộng đồng tham gia phát triển.

- *Mô hình hợp tác mạng lưới*: Xem chuỗi cung ứng như một mạng lưới các mối quan hệ mà ở đó sự kết nối giữa các bên tham gia với sự minh bạch về thông tin và niềm tin là những yếu tố quyết định hiệu quả hợp tác (Borgatti & Halgin, 2011). Trong du lịch nông nghiệp, mạng lưới này gồm nông hộ, doanh nghiệp, nhà nước và tổ chức hỗ trợ cùng phối hợp thiết kế sản phẩm và quảng bá điểm đến.

- *Mô hình liên kết “các nhà”*: Nghị quyết Trung ương VII - khóa X (2008) đã đề cập đến mô hình “Liên kết bốn nhà” (nhà nước - nhà nông - nhà khoa học - nhà doanh nghiệp) trong chính sách phát triển nông nghiệp và nông thôn ở Việt Nam. Yang et al. (2021) mở rộng khái niệm này gồm: (1) *Nhà nông* (nông hộ, hợp tác xã, làng nghề, trang trại) cung cấp không gian, tài nguyên và trải nghiệm; (2) *Nhà doanh nghiệp* (lữ hành, lưu trú, ẩm thực, dịch vụ) tham gia thiết kế và phân phối sản phẩm; (3) *Nhà hỗ trợ* (tổ chức xúc tiến, hiệp hội nghề nghiệp, cơ sở đào tạo, tổ chức tài chính, NGO, chuyên gia) đảm nhận tư vấn, đào tạo, hỗ trợ vốn và kết nối thị trường; (4) *Nhà nước* giữ vai trò hoạch định, thực thi và

giám sát chính sách.

Bên cạnh mô hình “liên kết bốn nhà”, UNWTO (2020) cũng cho rằng, để tăng sức cạnh tranh du lịch nông nghiệp cần có tổ chức quản trị mạng lưới/điểm đến đủ năng lực điều phối đa bên, tiêu chuẩn hóa sản phẩm, dịch vụ và tích hợp công nghệ số nhằm bảo đảm minh bạch, hiệu quả phân phối. Do vậy, các nhà cung ứng dịch vụ công nghệ có thể được xem như một tác nhân mới, đóng vai trò cầu nối số giúp liên kết các bên và tối ưu hóa hợp tác.

- *Mô hình hợp tác dựa trên đồng sáng tạo giá trị*

Theo Prahalad & Ramaswamy (2004), đồng sáng tạo giá trị là sự chuyển đổi tư duy khi khách hàng trở thành “đồng kiến tạo” trải nghiệm thay vì chỉ thụ hưởng, cùng doanh nghiệp phát triển sản phẩm, cải tiến dịch vụ và xây dựng thương hiệu. Đồng sáng tạo có thể đo lường qua mức độ tham gia, cảm nhận giá trị và tác động đến ý định quay lại (Ribeiro et al. 2023). Trong du lịch nông nghiệp, đồng sáng tạo thể hiện qua việc du khách tham gia canh tác, phản hồi dịch vụ; đồng thời, ứng dụng công nghệ số (phân tích dữ liệu, cá nhân hóa sản phẩm, nền tảng tương tác) mở rộng quá trình đồng sáng tạo sang không gian số, nâng cao hiệu quả hợp tác đa bên (Buhalis & Sinarta, 2019).

Dựa trên cơ sở lý luận về hợp tác đa bên và hệ sinh thái du lịch thông minh, nghiên cứu đề xuất khung “Liên kết sáu nhà” nhằm thích ứng với bối cảnh chuyển đổi số và nâng cao trải nghiệm du khách. Ngoài bốn bên tham gia (Yang et al., 2021), khung nghiên cứu bổ sung “*Nhà công nghệ*” hỗ trợ số hóa chuỗi cung ứng, phát triển nền tảng dữ liệu, thương mại điện tử và công cụ marketing thông minh. Dù được xem là một nhánh của “nhà hỗ trợ” nhưng để nhấn mạnh tầm quan trọng đặc thù trong bối cảnh cách mạng 4.0, “nhà công nghệ” được tách ra thành một tác nhân riêng. “Khách du lịch” được nhìn nhận là bên tham gia chính, có vai trò xuyên suốt từ thiết kế đến tiêu dùng sản phẩm, phản ánh tư duy đồng sáng tạo giá trị.

4.2. Thực trạng hợp tác giữa các bên tham gia trong phát triển du lịch nông nghiệp

4.2.1. Một số mô hình hợp tác tiêu biểu

Phân tích dữ liệu cho thấy hợp tác đa bên trong phát triển du lịch nông nghiệp tại Việt Nam

được duy trì thông qua mạng lưới quan hệ đa chiều với ba trụ cột: Niềm tin, minh bạch thông tin và chia sẻ lợi ích. Quan hệ giữa các bên không chỉ mang tính “giao dịch” mà còn dựa trên gắn kết xã hội và giá trị cộng đồng, từ đó tạo điều kiện cho đồng sáng tạo sản phẩm và nâng cao trải nghiệm du khách. Tuy nhiên, mức độ và hình thức hợp tác còn thiếu đồng bộ giữa các địa phương, mỗi điểm đến vận hành theo lợi thế riêng, phản ánh sự đa dạng thực tiễn.

Trường hợp Hà Nội cho thấy vai trò dẫn dắt của Nhà nước với đầu tư công. Chính quyền tích cực hỗ trợ nâng cấp hạ tầng, quảng bá sản phẩm OCOP, tổ chức các hoạt động famtrip, hội nghị và tọa đàm để thúc đẩy du lịch nông nghiệp. Một cán bộ Sở Du lịch Hà Nội chia sẻ: “Đường sá được nâng cấp, việc di chuyển đến các điểm du lịch khá thuận lợi, chúng tôi sẵn sàng hỗ trợ xúc tiến, đào tạo, quảng bá, nhưng sự hợp tác giữa doanh nghiệp và người dân là tự nguyện, chưa ràng buộc bởi cơ chế cụ thể...” (KPV 12 HN).

Điểm đến Sa Pa thể hiện rõ nét mô hình hợp tác cộng đồng - doanh nghiệp - chính quyền. Các tour trải nghiệm nông nghiệp gắn liền với văn hóa dân tộc thiểu số (Mông, Dao đỏ...) được tổ chức dựa trên sự phối hợp của nhiều bên: người dân trực tiếp cung ứng dịch vụ, doanh nghiệp thiết kế sản phẩm du lịch, còn chính quyền cấp phép và quảng bá. Một đại diện cộng đồng chia sẻ: “Khách đến bản chúng tôi có thể ăn ở tại chỗ, tham gia gio lưu văn nghệ với bà con, hướng dẫn viên du lịch đưa khách đi tham quan kể cho khách nghe về vòng đời của cây lúa, từ gieo mạ, cấy, gặt... Hộ dân còn làm một cái chòi như một quán cafe nhỏ để chúng tôi ngồi thưởng thức kết hợp ngắm cảnh”. (KPV 08 SP).

Đà Lạt là minh chứng khá rõ nét cho mô hình liên kết đồng sáng tạo sản phẩm. Các hợp tác xã và nông hộ phối hợp cùng doanh nghiệp lữ hành tổ chức hoạt động tham quan, trải nghiệm thu hoạch; du khách không chỉ tiêu dùng mà còn tham gia trực tiếp vào quá trình đồng sáng tạo thông qua check-in, hái hoa, nếm thử sản phẩm. Một chủ trang trại chia sẻ: “Trước đây tôi chỉ trồng rau và trái cây để bán. Giờ khi khách đến, tôi kể chuyện về giống cây, kỹ thuật cách canh tác và gợi ý thêm dịch vụ nếm thử, tự chọn combo mix hoa quả thành đồ uống theo sở thích, check-in trang trại...” (KPV 05 DL)

Cần Thơ nổi bật với mô hình chia sẻ lợi ích khá minh bạch. Một số doanh nghiệp và nông hộ ký hợp đồng chính thức, có quy định về tỷ lệ chia doanh thu từ vé tham quan, dịch vụ ăn uống và bán sản phẩm, du khách tham gia đồng sáng tạo sản phẩm trong trải nghiệm miệt vườn, từ thưởng thức đến tương tác trực tiếp với sản phẩm. Bên cạnh đó, chính quyền và trung tâm xúc tiến hỗ trợ đào tạo, giám sát chất lượng. Cơ chế minh bạch này giúp giảm xung đột, tăng gắn kết giữa các bên. Một đại diện doanh nghiệp nhấn mạnh: “Ngay từ đầu, chúng tôi thống nhất tỷ lệ, ai làm phần nào hưởng phần đó.” (KPV 03 CT).

Bốn trường hợp trên cho thấy hợp tác đa bên trong phát triển du lịch nông nghiệp ở Việt Nam mang tính đa dạng và linh hoạt, được định hình tùy theo lợi thế và bối cảnh địa phương. Thực tế này gợi mở hàm ý về nhu cầu hoàn thiện khung chính sách và cơ chế phối hợp để vừa phát huy được lợi thế địa phương, vừa đảm bảo công bằng, minh bạch và bền vững cho toàn hệ thống.

4.2.2. Điểm mạnh trong cơ chế hợp tác giữa các bên

- Có một số cơ chế chính sách và pháp lý do nhà nước ban hành tạo điều kiện thúc đẩy du lịch nông nghiệp phát triển thông qua luật và các chính sách hỗ trợ về hạ tầng, thuế, đầu tư nâng cao năng lực cho cộng đồng (phân tích tại mục 4.3).

- Có một số thỏa thuận thương mại giúp các bên tham gia phối hợp với nhau trên cơ sở cam kết rõ ràng về quyền lợi, trách nhiệm. Tại Cần Thơ đã ghi nhận việc áp dụng quy định tỷ lệ hưởng lợi từ dịch vụ cung cấp giữa các bên tham gia và có hợp đồng quy định các trường hợp phát sinh như khách hủy tour, hướng xử lý như điều chỉnh giá theo mùa, giúp quan hệ hợp tác minh bạch và bền vững hơn.

- Có cơ chế hợp tác dựa trên cộng đồng và đồng sáng tạo, nhấn mạnh sự tham gia trực tiếp của người dân địa phương/nông hộ/hợp tác xã trong cung ứng dịch vụ, vai trò của du khách như một chủ thể “đồng sáng tạo giá trị”, cũng như sự hỗ trợ tri thức từ các tổ chức và chuyên gia. Thực tế này chứng minh qua các chia sẻ của ba bên tại Sa Pa, Cần Thơ, Đà Lạt: “Trong tour mừng Tết cơm mới, khách có thể tham gia thu hoạch lúa, rang thóc, giã cơm, làm lễ dâng cơm...” (KPV 09 SP). “Tour một ngày làm nông dân mang lại trải

những trải nghiệm mới mẻ cho du khách đặc biệt là những thực khách đến từ các thành phố” (KPV 01 CT). “Tour một ngày trồng dâu kết hợp tham quan vườn, làm mứt và chụp ảnh tại điểm hoa. Chúng tôi còn liên kết với cơ sở bán đặc sản, nhờ vậy doanh thu tăng gần 40%” (KPV 06 DL).

- Có cơ chế phối hợp theo mạng lưới, thể hiện qua các trung tâm xúc tiến du lịch hợp tác xã, cộng đồng hoặc các ban điều phối liên ngành nhằm thúc đẩy nâng cao năng lực cộng đồng. Người dân được tập huấn kể chuyện nhằm giúp họ biết cách lồng ghép phong tục tập quán, lễ cưới, lễ hội, ẩm thực, văn nghệ dân gian vào tour homestay. Cơ chế này cũng đã được ghi nhận qua trao đổi, ghi nhận ý kiến của các bên tại Cần Thơ và Sa Pa: “Chúng tôi tổ chức các khóa tập huấn ngắn hạn cho nông dân về an toàn thực phẩm kỹ năng giao tiếp. Sau các khóa tập huấn, nhiều hộ tự tin hơn hẳn” (KPV 02 CT).

- Bước đầu có cơ chế hợp tác công nghệ và dữ liệu thông qua việc sử dụng các nền tảng số để kết nối cung - cầu, quảng bá trực tuyến và thúc đẩy chuyển đổi số như áp dụng QR code truy xuất nguồn gốc ở Cần Thơ, hệ thống đặt chỗ trực tuyến tại các vườn dâu Đà Lạt, quảng bá bằng mã QR ở Làng du lịch Mỹ Khánh. Đại diện nông hộ ở Đà Lạt và Cần Thơ chia sẻ: “Khi sản phẩm gắn mã QR, khách thấy yên tâm vì biết rõ xuất xứ, quy trình sản xuất. Điều này giúp du lịch gắn kết chặt chẽ hơn với tiêu thụ nông sản” (KPV 02 CT).

Các giải pháp công nghệ này dù được áp dụng ở mức sơ khai và chưa đồng bộ song có tiềm năng minh bạch hóa thông tin sản phẩm, hỗ trợ quản trị trải nghiệm, phát triển thị trường, phù hợp với xu hướng du lịch thông minh.

4.2.3. Thách thức trong duy trì hợp tác đa bên

- Mức độ tin cậy ban đầu thấp: Khác biệt về kỳ vọng và chuẩn tắc nghiệp giữa các bên khiến nảy sinh tâm lý phòng thủ như nông hộ sợ bị “ép giá”; doanh nghiệp e ngại rủi ro đầu tư; cơ quan quản lý quan ngại trách nhiệm khi xảy ra sự cố.

- Thiếu khung pháp lý ràng buộc: Phần lớn quan hệ giữa các bên vẫn dựa trên thỏa thuận miệng hoặc hợp đồng ngắn hạn, thiếu ràng buộc về mặt pháp lý. Khi giá dịch vụ biến động dễ phát sinh mâu thuẫn. Ngoài ra, còn có vướng mắc khi nông dân chuyển đổi mô hình sang kinh doanh du lịch nông nghiệp.

- Năng lực marketing hạn chế, ứng dụng công nghệ còn sơ khai: Nông hộ thiếu kỹ năng kể chuyện, quản trị trải nghiệm và bán hàng đa kênh; phụ thuộc vào fanpage/OTA doanh nghiệp, dẫn đến bất cân đối thông tin. Thử nghiệm QR code, ứng dụng nền tảng số và đặt tour trực tuyến, khai thác dữ liệu còn chưa hiệu quả.

Những thách thức trong hợp tác đa bên cho thấy cần có các chính sách đồng bộ nhằm tăng cường tính minh bạch, củng cố niềm tin, đồng thời hỗ trợ nâng cao năng lực cho cộng đồng, doanh nghiệp. Đây cũng chính là nền tảng để xây dựng các hàm ý chính sách hướng tới một cơ chế hợp tác hiệu quả và lâu dài cho tất cả các bên tham gia.

4.3. Chính sách thúc đẩy hợp tác trong phát triển du lịch nông nghiệp

Trong những năm gần đây, Chính phủ Việt Nam và các địa phương đã ban hành nhiều chính sách nhằm tạo khung pháp lý, tài chính, xúc tiến và đào tạo để thúc đẩy hợp tác giữa các bên tham gia trong chuỗi cung ứng du lịch nói chung và du lịch nông nghiệp.

4.3.1. Về khung pháp lý

Khung pháp lý cho du lịch nông nghiệp đã được xác lập rõ trong Luật Du lịch 2017 và Nghị định 168/2017/NĐ-CP ngày 31 tháng 12 năm 2017 của Chính phủ, quy định quyền, nghĩa vụ và điều kiện hoạt động du lịch, đồng thời tạo nền tảng công nhận và quản lý điểm du lịch nông nghiệp. Thông tư 06/2017/TT-BVHTTDL ngày 15 tháng 12 năm 2017 của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch và các văn bản sửa đổi hướng dẫn thủ tục công nhận điểm/khu du lịch, giúp hợp thức hóa các mô hình farmstay, homestay, du lịch cộng đồng. Đặc biệt, Quyết định 3222/QĐ-BVHTTDL ngày 30 tháng 10 năm 2024 của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch nhấn mạnh gắn phát triển du lịch cộng đồng, nông nghiệp với xây dựng nông thôn mới, nâng cao đời sống người dân. Ngoài ra, nhiều chính sách liên ngành đã thúc đẩy du lịch nông nghiệp như: Quyết định 922/QĐ-TTg ngày 02 tháng 08 năm 2022 của Thủ tướng Chính phủ về phát triển du lịch nông thôn; Luật Đất đai năm 2024 cho phép sử dụng đất đa mục đích; Quyết định số 150/QĐ-TTg ngày 28 tháng 01 năm 2022 của Thủ tướng Chính phủ: Phê duyệt Chiến lược phát triển nông nghiệp bền vững 2021–2030; Nghị quyết 25/2021/QH15

ngày 28 tháng 07 năm 2021 của Quốc hội và Công văn 9166/2020 ngày 28 tháng 12 năm 2020 của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn về phát triển du lịch nông thôn. Các chính sách đào tạo nghề cho lao động nông thôn (Quyết định 1956/QĐ-TTg ngày 27 tháng 11 năm 2009 của Thủ tướng Chính phủ, Quyết định 801/QĐ-TTg ngày 07 tháng 07 năm 2022 của Thủ tướng Chính phủ) cũng đã lồng ghép nội dung bồi dưỡng kỹ năng làm du lịch (đón khách, vệ sinh an toàn thực phẩm, thiết kế trải nghiệm nông trại). Chương trình OCOP (Quyết định 919/QĐ-TTg ngày 01 tháng 08 năm 2022, quyết định 148/QĐ-TTg ngày 24 tháng 02 năm 2023, quyết định 1489/QĐ-TTg ngày 24 tháng 11 năm 2023 của Thủ tướng Chính phủ) đã cung cấp cơ sở pháp lý để kết nối sản phẩm nông nghiệp - làng nghề với tour tuyến du lịch.

Ở cấp địa phương, nhiều chính sách đã được ban hành nhằm thúc đẩy du lịch nông nghiệp. Lào Cai ban hành Nghị quyết 06/NQ-HĐND ngày 29 tháng 5 năm 2022 hỗ trợ công nhận điểm du lịch cộng đồng, chuẩn hóa homestay và bảo tồn môi trường. Hà Nội triển khai Kế hoạch 73/KH-UBND ngày 4 tháng 3 năm 2022 về phát triển du lịch nông nghiệp, gắn với OCOP và nông thôn mới. Lâm Đồng ban hành Quyết định 933/QĐ-UBND ngày 13 tháng 4 năm 2021 với 28 tiêu chí điểm du lịch canh nông, hợp thức hóa farmtour và nông nghiệp công nghệ cao. Cần Thơ triển khai Kế hoạch 107/KH-UBND ngày 24 tháng 5 năm 2024 về tích hợp công nhận điểm, bảo đảm an toàn thực phẩm, môi trường, đồng thời khuyến khích sự tham gia của hợp tác xã, doanh nghiệp và cộng đồng.

Tuy nhiên, chính sách địa phương vẫn gặp điểm nghẽn như thủ tục liên ngành chồng chéo, khó khăn trong đầu tư hạ tầng; các liên kết giữa các bên chủ yếu dừng ở thỏa thuận không chính thức, thiếu cơ chế chia sẻ lợi ích và giải quyết tranh chấp. Do vậy, cần xây dựng chính sách minh bạch, cụ thể hơn ở cấp cơ sở. Một doanh nghiệp lữ hành chia sẻ: “Chúng tôi sẵn sàng đưa khách về trải nghiệm hoạt động du lịch nông nghiệp cùng bà con, nhưng cần có cơ chế thỏa thuận rõ ràng và phải tích hợp dịch vụ ăn ở, giải trí thì mới thu hút được khách” (KPV_14_HN).

4.3.2. Nhóm chính sách tài chính

Quỹ Hỗ trợ phát triển du lịch (Nghị định

168/2017/NĐ-CP ngày 31 tháng 12 năm 2017 của Chính phủ; Thông tư 12/2022/TT-BTC ngày 22 tháng 02 năm 2022 của Bộ Tài chính) cho phép chi ngân sách nhà nước cho xúc tiến, quảng bá và hỗ trợ phát triển sản phẩm, tạo điều kiện để doanh nghiệp, hợp tác xã tiếp cận vốn cho marketing và sự kiện. Bên cạnh đó, cơ chế lồng ghép vốn từ các Chương trình mục tiêu quốc gia (Nghị định 27/2022/NĐ-CP ngày 19 tháng 04 năm 2022; Nghị định 38/2023/NĐ-CP ngày 24 tháng 06 năm 2023 của Chính phủ) giúp huy động nhiều nguồn lực cho hạ tầng, sản phẩm và dịch vụ du lịch nông nghiệp.

Ở cấp địa phương, Lào Cai ban hành Nghị quyết 06/NQ-HĐND ngày 09 tháng 4 năm 2021 về hỗ trợ tín dụng ưu đãi, đào tạo và hạ tầng cho doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ dân. Hà Nội, Lâm Đồng và Cần Thơ cũng sử dụng ngân sách địa phương kết hợp vốn từ chương trình nông thôn mới và OCOP để cải tạo điểm đón khách, phát triển sản phẩm mới, ứng dụng công nghệ số và marketing. Nguồn vốn này có thể kết hợp với Quỹ Hỗ trợ phát triển du lịch để tổ chức quảng bá quy mô lớn.

Tuy vậy, quy mô đầu tư còn nhỏ, lợi ích kinh tế từ du lịch nông nghiệp chưa hấp dẫn so với kinh doanh nông sản hay bất động sản du lịch nên nhiều hộ dân, đặc biệt ở ngoại thành Hà Nội, chưa mặn mà tham gia. Các điểm dừng chân, làng nghề phát triển còn rời rạc; hợp tác công - tư trong đào tạo và kiểm soát chất lượng dịch vụ chưa hiệu quả. Ở Cần Thơ, dù đã đầu tư bến thuyền và bãi đỗ, công tác quản trị nguồn khách, điều tiết giá và công tác bảo đảm an toàn trên tuyến sông vẫn còn chưa chặt chẽ. Hạ tầng kết nối (đường sá, biển chỉ dẫn) đang được nâng cấp, nhưng cơ sở vật chất tại chỗ (nhà vệ sinh, bãi xe, an toàn thực phẩm) vẫn chưa đạt chuẩn.

4.3.3. Nhóm chính sách xúc tiến quảng bá

Quỹ Hỗ trợ phát triển du lịch đóng vai trò “đầu kéo” cho các chiến dịch truyền thông, hội chợ, roadshow trong và ngoài nước, đồng thời thúc đẩy hợp tác công - tư trong xây dựng bộ nhận diện, ấn phẩm số và famtrip gắn với sản phẩm nông nghiệp, làng nghề và trải nghiệm địa phương. Chương trình OCOP (Quyết định 148/QĐ-TTg ngày 24 tháng 02 năm 2023; Quyết định 1489/QĐ-TTg ngày 06 tháng 07 năm 2025 của Thủ tướng Chính phủ) đã chuẩn hóa bộ tiêu

chí, quy trình phân hạng, giúp các sản phẩm như trà, cà phê, mật ong, rau - hoa công nghệ cao có “nhãn chuẩn” để kết nối vào tour tuyến, tạo liên kết giữa doanh nghiệp lữ hành, hợp tác xã và hộ sản xuất.

Ở cấp địa phương, Hà Nội định kỳ tổ chức festival làng nghề - nông sản - OCOP, kết hợp famtrip cho doanh nghiệp lữ hành. Cần Thơ và Lâm Đồng đẩy mạnh quảng bá điểm đến gắn với nông nghiệp (miệt vườn sông nước; cà phê, hoa, rau công nghệ cao), đồng thời lồng ghép sự kiện nông nghiệp - du lịch để thu hút sự tham gia của doanh nghiệp, hợp tác xã và cộng đồng. Việc gắn thương hiệu và chứng chỉ chất lượng (OCOP, VietGAP) trở thành công cụ quan trọng nâng cao sức cạnh tranh. Tuy nhiên, thực tế cho thấy vẫn thiếu cơ chế hỗ trợ đổi mới sản phẩm. Chính sách sáng tạo phân tán trong nhiều chương trình (OCOP, khởi nghiệp), chưa có quỹ riêng cho du lịch nông nghiệp và thúc đẩy đổi mới sản phẩm. Điều này được thể hiện qua các chia sẻ: Một số hợp tác xã tại Đà Lạt đã áp dụng tiêu chuẩn GAP, tổ chức tour thu hoạch hoa, giúp thu nhập hộ dân tăng 25-30% (KPV 08 DL).

4.3.4. Nhóm chính sách đào tạo và phát triển nguồn nhân lực

Quyết định 922/QĐ-TTg ngày 02 tháng 08 năm 2022 của Thủ tướng Chính phủ về Chương trình phát triển du lịch nông quy định các hoạt động đào tạo, bồi dưỡng kỹ năng đón khách, vệ sinh an toàn thực phẩm, chuyển đổi số và thiết kế trải nghiệm cho cộng đồng. Ở địa phương, các chương trình đào tạo được triển khai linh hoạt theo đặc thù: Hà Nội tổ chức các lớp nghiệp vụ cho điểm du lịch nông nghiệp và OCOP; Lào Cai lồng ghép đào tạo cộng đồng và hộ kinh doanh du lịch theo nghị quyết hỗ trợ của tỉnh; Lâm Đồng gắn yêu cầu đào tạo và tiêu chí an toàn, môi trường vào quá trình công nhận điểm du lịch canh nông; Cần Thơ thông qua Kế hoạch 107/KH-UBND ngày 24 tháng 5 năm 2024 đã chú trọng tập huấn về sản phẩm trải nghiệm, vệ sinh an toàn thực phẩm và số hóa. Từ đó, thúc đẩy cơ chế phối hợp liên ngành và hợp tác giữa doanh nghiệp, hợp tác xã và cộng đồng. Tuy vậy, việc đào tạo còn mang tính ngắn hạn, thiếu tính hệ thống và chưa gắn kết chặt chẽ với nhu cầu thực tế của các bên tham gia.

Chính sách hiện nay đã tạo thuận lợi cho việc

thúc đẩy hợp tác trong phát triển du lịch nông nghiệp, song còn tồn tại hạn chế, bất cập trong triển khai cụ thể, đặc biệt là vướng mắc về thủ tục hành chính và sự thiếu đồng bộ liên ngành.

5. Bàn luận và hàm ý chính sách

Chính sách hiện hành đã tạo nền tảng thuận lợi cho du lịch nông nghiệp với khung pháp lý ngày càng hoàn thiện (Luật Du lịch năm 2017, Luật Đất đai năm 2024), công cụ tài chính linh hoạt (Quỹ Hỗ trợ phát triển du lịch, cơ chế lồng ghép vốn), các chương trình xúc tiến quảng bá, đào tạo cộng đồng và OCOP. Nhờ đó, hình ảnh điểm đến được nâng cao và năng lực phục vụ của người dân được cải thiện. Tuy nhiên, chính sách vẫn thiếu tính đồng bộ, nguồn lực tài chính còn hạn chế, xúc tiến chủ yếu ngắn hạn, trong khi đào tạo thiếu cơ chế theo dõi và đánh giá lâu dài.

Ứng dụng công nghệ số (hệ thống đặt chỗ trực tuyến, QR code truy xuất nguồn gốc, truyền thông xã hội) được chứng minh là công cụ hữu hiệu để tăng hiệu quả quản trị chuỗi và trải nghiệm du khách. Thực tiễn ở Cần Thơ cho thấy việc tích hợp QR code không chỉ minh bạch hóa thông tin nông sản mà còn góp phần định hướng hành vi du lịch bền vững, giảm áp lực mùa cao điểm.

Mặc dù các công cụ chính sách hiện hành đã phát huy tác dụng nhất định, song vẫn tồn tại nhiều khoảng trống. OCOP giúp định vị đặc sản vùng miền nhưng thiếu khung pháp lý duy trì liên kết dài hạn. Các hoạt động xúc tiến (hội chợ, famtrip, quảng bá) chưa gắn kết với nâng cấp hạ tầng tại chỗ, khiến trải nghiệm du khách chưa đồng đều. Đào tạo mới dừng ở các khóa ngắn hạn, thiếu cơ chế duy trì. Về tài chính, một số địa phương (như Lâm Đồng) triển khai gói vay ưu đãi nhưng chưa có quỹ chuyên biệt cho đổi mới sản phẩm. Trong quản trị chuỗi, mô hình có điều phối (như ở Cần Thơ) cho thấy hiệu quả, song vẫn phụ thuộc nhiều vào chính quyền và doanh nghiệp, chưa phát huy vai trò chủ động của cộng đồng. Bên cạnh đó, thiếu tin cậy ban đầu, cơ chế giải quyết tranh chấp và năng lực marketing không đồng đều tiếp tục là rào cản lớn cho hợp tác bền vững.

Từ các kết quả phân tích, nghiên cứu đề xuất một khung chính sách tích hợp dựa trên mô hình “Liên kết sáu nhà”, bổ sung yếu tố đồng sáng tạo giá trị của du khách và ứng dụng công nghệ số

như động lực mới thúc đẩy hợp tác đa bên trong phát triển du lịch nông nghiệp. Các hàm ý chính sách tập trung vào một số khía cạnh sau:

- *Hoàn thiện khung pháp lý và cơ chế hỗ trợ liên kết dài hạn:* Hướng dẫn cụ thể cho mô hình hợp tác công - tư (PPP) và liên kết đa bên, bảo đảm minh bạch, ổn định và khả thi. Khuyến khích địa phương xây dựng Quỹ phát triển du lịch nông nghiệp để hỗ trợ vốn, chuyển giao công nghệ và marketing sản phẩm.

- *Chia sẻ lợi ích công bằng và minh bạch:* Xây dựng thỏa thuận hợp tác chuẩn hóa, quy định rõ quyền lợi, trách nhiệm và tỷ lệ lợi nhuận. Phát triển hợp tác xã du lịch nông nghiệp như một “điều phối viên” đảm bảo giám sát chất lượng và phân phối lợi ích công bằng.

- *Phát triển năng lực và củng cố niềm tin:* Tổ chức tập huấn liên ngành, hội thảo chia sẻ kinh nghiệm. Làm rõ vai trò của nhà khoa học trong tư vấn và đổi mới sáng tạo. Thiết lập trung tâm điều phối liên vùng do nhà nước bảo trợ, vận hành theo nguyên tắc PPP, duy trì cơ chế đối thoại định kỳ.

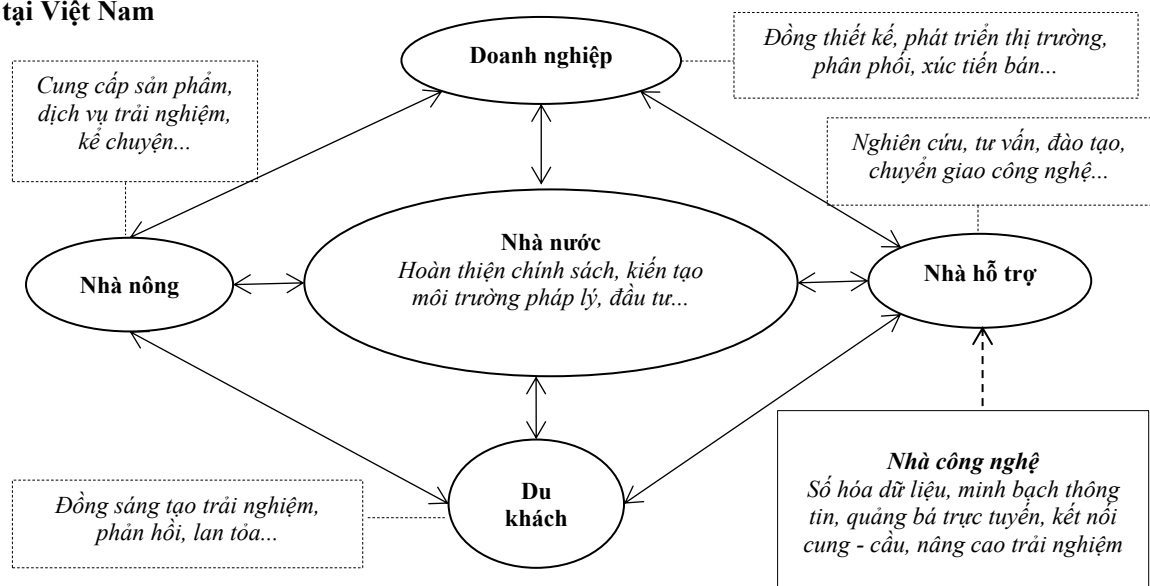
- *Lồng ghép cơ chế đồng sáng tạo giá trị:* Khuyến khích cộng đồng và du khách tham gia vào khâu thiết kế sản phẩm và trải nghiệm, bảo đảm vừa giữ bản sắc địa phương vừa phù hợp nhu cầu thị trường. Đầu tư đào tạo kỹ năng marketing số và quản trị trải nghiệm cho cộng đồng và doanh nghiệp nhỏ. Áp dụng hệ thống

đánh giá đa chiều (kinh tế - xã hội - môi trường) để theo dõi và cải thiện hiệu quả bền vững.

- *Tăng cường nền tảng công nghệ số trong quản trị chuỗi:* Xây dựng nền tảng số tích hợp đặt chỗ trực tuyến, quản trị quan hệ khách hàng và truy xuất nguồn gốc nông sản nhằm nâng cao minh bạch và tối ưu hóa dịch vụ. Ứng dụng phân tích dữ liệu lớn để dự báo nhu cầu, điều phối cung ứng và quản trị rủi ro theo mùa vụ.

Để thúc đẩy hợp tác đa bên trong phát triển du lịch nông nghiệp, nghiên cứu đề xuất mô hình “liên kết sáu nhà” Trong đó, Nhà nước giữ vai trò trung tâm thông qua ban hành chính sách, điều phối nguồn lực và kiến tạo môi trường thể chế minh bạch, ổn định. Sự can thiệp này không chỉ mang tính định hướng chiến lược mà còn bao gồm cơ chế khuyến khích hợp tác, hỗ trợ tài chính, hạ tầng, đào tạo và chuyển giao công nghệ. Trên nền tảng đó, doanh nghiệp tham gia thiết kế và phân phối sản phẩm; nhà nông cung ứng dịch vụ và hoạt động trải nghiệm; du khách trở thành bên đồng sáng tạo thông qua phản hồi và lan tỏa; trong khi nhà hỗ trợ và nhà công nghệ đóng góp nghiên cứu, tư vấn, đổi mới và giải pháp số. Việc xây dựng và vận hành mô hình “liên kết sáu nhà” dưới sự điều phối chính sách của Nhà nước được xem là giải pháp chiến lược nhằm gia tăng hiệu quả hợp tác, nâng cao năng lực cạnh tranh và hướng tới phát triển du lịch nông nghiệp bền vững tại Việt Nam.

Hình 1: Mô hình “Liên kết sáu nhà” thúc đẩy sự hợp tác trong phát triển du lịch nông nghiệp tại Việt Nam



Nguồn: Tác giả thiết kế

6. Kết luận

Nghiên cứu đã chỉ ra thực trạng hợp tác đa bên trong phát triển du lịch nông nghiệp tại Việt Nam. Các công cụ chính sách hiện hành gồm khung pháp lý, tài chính, xúc tiến và đào tạo đã góp phần quan trọng trong việc tạo hành lang pháp lý, huy động nguồn lực, quảng bá điểm đến và nâng cao năng lực cộng đồng. Tuy nhiên, sự phối hợp vẫn thiếu đồng bộ, hạn chế nguồn lực tài chính, xúc tiến và đào tạo còn thiếu chiều sâu; đặt ra nhu cầu về một khung chính sách tích hợp,

hiệu quả hơn. Để thúc đẩy phát triển du lịch nông nghiệp bền vững, Việt Nam cần chuyển từ hợp tác ngắn hạn sang quản trị mạng lưới hợp tác có điều phối minh bạch, công bằng. Việc lồng ghép cơ chế đồng sáng tạo giá trị cùng với ứng dụng công nghệ số trong quản trị chuỗi không chỉ tăng tính minh bạch, tối ưu hóa nguồn lực mà còn nâng cao trải nghiệm du khách và khả năng cạnh tranh của sản phẩm. Những hàm ý này vừa phù hợp với bối cảnh Việt Nam, vừa mang giá trị tham chiếu cho các quốc gia đang phát triển.

Tài liệu tham khảo

- Anh, L., Kunasekaran, P., Ravagan, N., Hung, L., Tuan, N. & Thang, L. (2022). Promoting small family businesses through OCOP program and tourism activities in rural areas in Vietnam: The case of Bac Giang province. *Journal of Family Business Management*, 12(17), 420-437.
- Ansell, C., & Gash, A. (2008). Collaborative governance in theory and practice. *Journal of Public Administration Research and Theory*, 18(4), 543-571.
- Borgatti, S. P., & Halgin, D. S. (2011). On network theory. *Organization Science*, 22(5), 1168-1181.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101.
- Buhalis, D., & Sinarta, Y. (2019). Real-time co-creation and nowness service: Lessons from tourism and hospitality. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 36(5), 563-582.
- Cooper, C., et al. (2020). *Tourism: Principles and practice* (7th ed.). Pearson.
- Dredge, D., & Jenkins, J. (2011). *Stories of practice: Tourism policy and planning*. Ashgate.
- 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.
- Gray, B., & Purdy, J. M. (2018). *Collaborating for our future: Multistakeholder partnerships for solving complex problems*. Oxford University Press.
- Gretzel, U., Sigala, M., Xiang, Z., & Koo, C. (2015). Smart tourism: Foundations and developments. *Electronic Markets*, 25(3), 179-188.
- Hall, C. M. (1999). Rethinking collaboration and partnership: A public policy perspective. *Journal of Sustainable Tourism*, 7(3-4), 274-289.
- Hang, P. T. (2024). Nhung van de ly luan ve chuoi gia tri du lich nong nghiep va goi y chinh sach phat trien chuoi gia tri du lich nong nghiep Viet Nam. *Tap chi Nghien cuu Khoa hoc va Phat trien*, 3(3), tháng 9.
- Lane, B., & Kastenholtz, E. (2015). Rural tourism: The evolution of practice and research approaches - towards a new generation concept? *Journal of Sustainable Tourism*, 23(8-9), 1133-1156.
- Nederlof, E. S., et al. (2011). *Putting heads together: Agricultural innovation platforms in practice*. KIT Publishers.
- Nga, N. T. P., Phan, T. T., Thuy, D. T., Xuan, D. T. (2024). Evaluation of the potential for sustainable agritourism development in the Red River Delta and Northeastern Coastal Zone, Vietnam. *Pakistan Journal of Life and Social Sciences*, 22(2), 7429-7441.
- Ngan, N. H. T., & Lichang, L. (2025). The role of public-private partnerships in the development of agritourism: The case of Vinh Long, Vietnam. *Cogent Social Sciences*, 11(1), 2505123.
- Paunić, M., et al. (2025). Intersectoral linking of agriculture, hospitality, and tourism-A model for implementation in AP Vojvodina (Republic of Serbia). *Agriculture*, 15(6), 604.
- Prahalad, C. K., & Ramaswamy, V. (2004). *The*

- future of competition: Co-creating unique value with customers.* Harvard Business School Press.
- Ribeiro, M. A., et al. (2023). Value co-creation in tourism and hospitality: A systematic literature review. *Tourism Management Perspectives*, 45, 101053.
- Sutawa, G. K. (2012). Issues on Bali tourism development and community empowerment to support sustainable tourism development. *Procedia Economics and Finance*, 4, 413-422.
- Thao, H. T. P. (2023). Tourism policy in Vietnam: An evaluation using policy tools. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*.
- Torres, R., & Momsen, J. H. (2004). Challenges and potential for linking tourism and agriculture to achieve pro-poor tourism objectives. *Progress in Development Studies*, 4(4), 294-318.
- World Tourism Organization. (2020). *UNWTO recommendations on tourism and rural development - A guide to making tourism an effective tool for rural development*. Madrid: UNWTO.
- Yang, J., Nguyen, T. M. H., & Do, T. L. (2021). Improving vegetable supply chain collaboration: A case study in Vietnam. *Journal of Agribusiness in Developing and Emerging Economies*, 11(4), 456-472.
- Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods* (6th ed.). SAGE.
- Zhang, X., Song, H., & Huang, G. Q. (2009). Tourism supply chain management: A new research agenda. *Tourism Management*, 30(3), 345-358.

CHÍNH SÁCH THÚC ĐẨY HỢP TÁC ĐA BÊN TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH NÔNG NGHIỆP TẠI VIỆT NAM: MÔ HÌNH “LIÊN KẾT SÁU NHÀ”

Phùng Thị Hằng

Đại học Kinh tế Quốc dân

Email: hangpt@neu.edu.vn

Ngày nhận bài: 8/9/2025; Ngày phản biện: 23/9/2025; Ngày tác giả sửa: 26/9/2025;

Ngày duyệt đăng: 28/9/2025

DOI: <https://doi.org/10.58902/tcnckhpt.v4i3.284>

Tóm tắt: Du lịch nông nghiệp đang được xem là một xu hướng kết hợp khai thác giá trị nông sản và phát triển du lịch bền vững tại Việt Nam. Loại hình du lịch này không chỉ góp phần làm đa dạng hóa sản phẩm và tạo trải nghiệm độc đáo cho du khách mà còn gia tăng lợi ích cho các bên tham gia. Tuy nhiên, những rào cản trong quan hệ hợp tác giữa các bên tham gia du lịch nông nghiệp hiện nay đặt ra yêu cầu cấp thiết về một khung chính sách và cơ chế phối hợp hiệu quả hơn. Bằng phương pháp định tính, nghiên cứu kết hợp phân tích dữ liệu thứ cấp và phỏng vấn sâu các đại diện gồm cơ quan quản lý, doanh nghiệp, nông hộ và tổ chức xã hội tại các điểm du lịch nông nghiệp tiêu biểu của Việt Nam. Kết quả nghiên cứu cho thấy, bên cạnh những tác động tích cực, vẫn còn tồn tại hạn chế về sự thiếu đồng bộ của khung pháp lý và chính sách hỗ trợ hợp tác phát triển du lịch nông nghiệp. Trên cơ sở đó, nghiên cứu đề xuất chính sách thúc đẩy hợp tác “Liên kết sáu nhà” (nhà nước - doanh nghiệp - nhà nông - nhà hỗ trợ - nhà công nghệ - du khách), tích hợp cơ chế đồng sáng tạo và ứng dụng công nghệ số nhằm thúc đẩy hợp tác hiệu quả và phát triển du lịch nông nghiệp bền vững.

Từ khóa: Hợp tác đa bên trong phát triển du lịch nông nghiệp; Mô hình liên kết sáu nhà; Tại Việt Nam.