

Mô hình du lịch nông nghiệp ở Bến Tre - Hiện tại và tương lai

Đoàn Thị Mỹ Hạnh^{1,*}, Mã Bích Tiên²



Use your smartphone to scan this QR code and download this article

TÓM TẮT

Bến Tre là điểm đến mới nổi trong vùng đồng bằng sông Cửu Long và được biết đến là "Xứ Dừa của Việt Nam". Số lượt khách đến Bến Tre hằng năm liên tục tăng nhưng doanh thu trung bình trên lượt khách còn khá thấp so với những điểm đến khác. Hiện tại, sản phẩm du lịch của Bến Tre chủ yếu là Du lịch nông nghiệp (DLNN), hầu hết được cung cấp bởi các điểm sản xuất nông nghiệp truyền thống. Rất ít điểm DLNN thực hành sản xuất nông nghiệp công nghệ cao. Khách DLNN đến Bến Tre chủ yếu là từ TP. Hồ Chí Minh và các tỉnh lân cận. Do quy mô nhỏ các điểm kinh doanh DLNN hiện chưa có điều kiện tiếp cận các thị trường lớn và cao cấp. Nhằm mục tiêu nhận diện các mô hình kinh doanh DLNN hiện tại ở Bến Tre từ đó đề xuất các mô hình liên kết kinh doanh trong tương lai, phương pháp nghiên cứu định tính được sử dụng để thực hiện nghiên cứu này. Dữ liệu được thu thập bằng kỹ thuật quan sát tham gia kết hợp phỏng vấn trực tiếp tại Khu du lịch Phú An Khang, Nông trại Hải Vân - Sân chim Vàm Hồ, Vườn sầu riêng Bảy Thảo và Hợp tác xã Du lịch sinh thái cộng đồng Thạnh Phong. Nghiên cứu đề xuất trong tương lai Bến Tre nên liên kết các điểm DLNN theo mô hình liên kết ngang để có điều kiện thuận lợi tiến hành các hoạt động xúc tiến sản phẩm vào các thị trường mới có quy mô lớn và cao cấp. Mô hình liên kết ngang nên triển khai là mô hình Hiệp hội tương tự như "Bienvenu à la ferme" (Pháp) và mô hình Tổng công ty tương tự như Tổng công ty Marahastra (Ấn Độ) vì Bến Tre đang có những điều kiện tương đồng để hình thành và phát triển.

Từ khoá: Bến Tre, du lịch nông nghiệp, liên kết ngang, mô hình kinh doanh

GIỚI THIỆU

Du lịch nông nghiệp (DLNN) là phân khúc thị trường có tốc độ tăng trưởng cao hơn tốc độ tăng trưởng chung của thị trường du lịch toàn cầu, mở ra cơ hội cho các vùng sản xuất thuần nông chuyển dịch cơ cấu kinh tế. Dự báo thời kỳ 2019 - 2023 DLNN toàn cầu sẽ tăng trưởng với tốc độ 18%, tức tăng 1,34 tỷ USD và quy mô toàn thị trường sẽ đạt 54,63 tỷ USD. Năm 2018, Bắc Mỹ là nơi dẫn đầu trên thị trường DLNN nhưng dự báo sẽ tăng trưởng chậm hơn các khu vực khác trong thời kỳ 2019 - 2023¹. Châu Âu là nơi DLNN phát triển từ những năm 1960, đến nay các quốc gia cung cấp dịch vụ này như Ý, Áo, Thụy Sĩ, Đức, Đan Mạch, Tây Ban Nha, Hà Lan, Pháp, Bồ Đào Nha bắt đầu lo ngại DLNN sẽ làm ảnh hưởng đến chất lượng cuộc sống của cư dân². Do đó khu vực này sẽ có xu hướng nhắm vào những thị trường cao cấp để hạn chế số lượt khách nhưng vẫn tăng được doanh thu. Ở khu vực châu Á, ở các quốc gia như Ấn Độ, Thái Lan... DLNN đóng góp đáng kể vào tổng sản phẩm quốc gia và được chính phủ thúc đẩy phát triển thông qua các chương trình phát triển nông thôn. Ở Việt Nam, DLNN là một sản phẩm còn khá mới nhưng đang có điều kiện phát triển thuận lợi. Nhờ vào thành tựu của chương trình xây dựng nông thôn mới, khả

năng tiếp cận điểm đến DLNN đã trở nên dễ dàng hơn và cơ sở vật chất ở nhiều vùng nông thôn đủ điều kiện đáp ứng yêu cầu phục vụ du khách.

Bến Tre nằm trong vùng đồng bằng sông Cửu Long cách TP. Hồ Chí Minh 85 km, và cách TP. Cần Thơ 120 km nên có lợi thế về vị trí so với các điểm đến khác. Tuy nhiên lợi thế này sẽ dần mất đi khi hạ tầng giao thông của toàn vùng phát triển, khoảng cách sẽ không còn là rào cản đối với việc tiếp cận các điểm đến khác xa hơn. Điểm khác biệt độc đáo của Bến Tre là có không gian vườn dừa rộng lớn và ẩm thực từ dừa phong phú nên được mệnh danh là "Xứ Dừa của Việt Nam". Những năm gần đây, số lượt khách đến Bến Tre liên tục tăng, năm 2018 đạt 1.574.128 lượt, tăng 22% so với năm trước; tổng thu từ du khách đạt khoảng 1.329 tỷ đồng, tăng 26% so với năm trước³. Doanh thu trung bình trên lượt khách còn khá thấp, chỉ hơn 800.000 đồng/lượt trong khi con số này của cả nước là khoảng 6.670.000 đồng.

Ban đầu sản phẩm du lịch của Bến Tre chỉ là tham quan vườn cây ăn trái, đi tàu trên sông và nghỉ ở nhà dân với các điểm du lịch ở huyện Châu Thành, Chợ Lách. Đến nay đã có thêm nhiều điểm ở các huyện Giồng Trôm, Ba Tri, Bình Đại, Thạnh Phú và sản phẩm phát triển khá đa dạng. Khách DLNN đến

¹Trường Đại học Văn Hiến, Việt Nam

²Trường Đại học Văn Lang, Việt Nam

Liên hệ

Đoàn Thị Mỹ Hạnh, Trường Đại học Văn Hiến, Việt Nam

Email: hanhdtm@gmail.com

Lịch sử

- Ngày nhận: 7/7/2020
- Ngày chấp nhận: 23/12/2020
- Ngày đăng: 15/1/2020

DOI: 10.32508/stdjssh.v4i4.630



Bản quyền

© ĐHQG Tp.HCM. Đây là bài báo công bố mở được phát hành theo các điều khoản của the Creative Commons Attribution 4.0 International license.



Trích dẫn bài báo này: Hạnh D T M, Tiên M B. **Mô hình du lịch nông nghiệp ở Bến Tre - Hiện tại và tương lai.** *Sci. Tech. Dev. J. - Soc. Sci. Hum.*; 4(4):714-722.

đây thường là từ TP. Hồ Chí Minh và các địa phương lân cận, thời gian lưu trú ngắn chỉ một đêm hoặc trong ngày. Sở dĩ các điểm DLNN ở Bến Tre chưa tiếp cận được các thị trường xa, quy mô lớn và cao cấp hơn là do từng điểm hoạt động riêng lẻ chưa thể thực hiện các chương trình xúc tiến ấn tượng. Mặt khác sức chứa hạn chế của từng điểm không cho phép đón những đoàn khách số lượng lớn. Từ thực tế đó, nghiên cứu này được thực hiện nhằm mục tiêu nhận diện các mô hình kinh doanh DLNN hiện tại ở Bến Tre và đề xuất các mô hình liên kết phù hợp để có điều kiện đưa sản phẩm vào các thị trường mới xa hơn, lớn hơn hoặc/và cao cấp hơn với kỳ vọng DLNN Bến Tre tăng trưởng với tốc độ nhanh hơn và nâng cao doanh thu trung bình/ lượt khách trong tương lai.

CƠ SỞ LÝ THUYẾT

Du lịch nông nghiệp và các mô hình kinh doanh

Du lịch nông nghiệp (agritourism) xuất hiện từ đầu thế kỷ XX và đã nhanh chóng lan rộng trên toàn thế giới⁴. Ở châu Âu, DLNN xuất hiện từ những năm 1960, qua quá trình 60 năm phát triển đến nay đã hình thành những mạng lưới rộng lớn, mỗi mạng lưới tập hợp đến vài ngàn điểm đón khách là các trang trại hay nông trại được gọi chung là nông trại trong nghiên cứu này. Trong vòng 10 năm gần đây, DLNN phát triển mạnh mẽ ở các vùng còn lại trên thế giới, được coi là cách để xóa đói giảm nghèo. Tuy vậy DLNN là thuật ngữ vẫn còn nhiều tranh luận trong giới nghiên cứu du lịch.

Những điểm còn đang tranh luận liên quan đến các thành phần trong sản phẩm, mô hình kinh doanh và cả về thuật ngữ du lịch. Liệu du lịch có nhất thiết phải là thực hiện một chuyến đi khỏi nơi cư trú hay không? Liệu các hoạt động trải nghiệm tại nơi cư trú như tham gia các lễ hội truyền thống, các hoạt động ẩm thực có thể được xem là trải nghiệm du lịch hay không? Cùng với cuộc cách mạng công nghiệp 4.0, hành vi tiêu dùng của du khách cũng thay đổi và hình thành nên những xu hướng thị trường mới nên định nghĩa du lịch cũng cần được mở rộng hơn cho phù hợp với sự thay đổi đó.

DLNN là một trong những sản phẩm đáp ứng nhu cầu của thị trường khách chọn lọc. Trong khi Du lịch nông thôn và DLNN được phân biệt rõ ràng thì DLNN và du lịch nông trại có khác nhau hay không vẫn còn là vấn đề đang tranh luận. Du lịch nông thôn bao gồm tất cả các hoạt động trải nghiệm diễn ra ở vùng nông thôn có thể là rừng, núi, biển trong khi du lịch nông trại chỉ giới hạn các hoạt động trong khuôn viên của nông trại và DLNN bao gồm cả trải nghiệm

hoạt động sản xuất nông nghiệp bên ngoài nông trại⁵. Theo cách giải thích này thì DLNN và du lịch nông trại có khác nhau về phạm vi không gian trải nghiệm. Mô hình kinh doanh DLNN cũng là khái niệm chưa đạt được sự đồng thuận. Một điểm đón khách DLNN phải là một nông trại đang có hoạt động sản xuất nông nghiệp thực sự⁴⁻⁷ hay có thể là một cơ sở mô phỏng hoạt động sản xuất nông nghiệp? Liệu một di sản trang trại, một vườn ươm, một trung tâm nghiên cứu nông nghiệp... và thậm chí là cơ sở phi nông nghiệp có phải là điểm DLNN?⁵.

Tương tự như những vùng sản xuất nông nghiệp khác ở Việt Nam, phần lớn hộ nông dân ở Bến Tre sở hữu đất nông nghiệp với diện tích rất nhỏ so với các nông trại ở châu Âu hay các quốc gia khác. Từ thực tế đó, nghiên cứu này ủng hộ quan điểm cho rằng DLNN phải là chuyển đi đến những nơi có hoạt động sản xuất nông nghiệp thực sự được gọi chung là nông trại, không phân biệt DLNN với du lịch nông trại. Mục đích của chuyến đi là tham gia, quan sát hoặc học hỏi và do đó hình thành ba nhóm là khách nghỉ dưỡng, khách trải nghiệm và khách học hỏi⁸. Du khách có thể tiếp xúc với hoạt động nông nghiệp theo cách trực tiếp, gián tiếp hoặc thụ động⁵. Trong trường hợp tiếp xúc trực tiếp, du khách được trải nghiệm đích thực các hoạt động sản xuất nông nghiệp tại khuôn viên dành riêng hoặc tham gia vào các công việc chung của nông trại. Nông trại hữu cơ có thuận lợi để cung cấp dịch vụ loại này vì còn có những công việc cần đến lao động giản đơn. Du khách có thể làm việc để có chỗ ở và thực phẩm và đóng góp vào kết quả sản xuất của nông trại. Trong thực tế khách trải nghiệm DLNN đích thực là khá ít, đa phần là tiếp xúc trực tiếp với các hoạt động nông nghiệp đích thực nhưng ít nhiều có dàn dựng. Du khách đến nông trại đang sản xuất cũng có thể chỉ tiếp xúc với hoạt động nông nghiệp thụ động như ngắm cảnh quan nông trại, nghỉ đêm và ăn sáng. Trường hợp du khách tiếp xúc gián tiếp với các hoạt động nông nghiệp là qua di sản nông nghiệp hay hình ảnh còn đang tranh luận là liệu đây có phải là DLNN hay là du lịch nông thôn.

Mô hình kinh doanh DLNN trước đây hầu như phải gắn với cộng đồng dân cư địa phương vì DLNN không thể tách rời văn hóa nông nghiệp và văn hóa làng quê. Những năm gần đây xuất hiện mô hình DLNN dựa vào vốn. Đó là các nông trại nông nghiệp công nghệ cao, với kỹ thuật và công nghệ sản xuất khác với nông nghiệp truyền thống. Du khách đến các điểm này được tiếp xúc trực tiếp với hoạt động nông nghiệp thường là có dàn dựng vì có đông người tiếp xúc khó tuân thủ các yêu cầu kỹ thuật canh tác, ảnh hưởng đến các tiêu chuẩn chất lượng và sản lượng.

Trong nghiên cứu này DLNN là chuyến đi đến nơi có hoạt động sản xuất nông nghiệp để tiếp xúc trực tiếp theo cách chủ động hoặc thụ động với các hoạt động đó nhằm trải nghiệm nghề nông và cuộc sống của nhà nông. Điểm du lịch nông nghiệp là nơi có hoạt động sản xuất nông nghiệp thật sự, có nông sản bán ra thị trường không phân biệt là nông nghiệp truyền thống hay công nghệ cao và không bao gồm hình thức tiếp xúc gián tiếp. Do đó các khu vui chơi giải trí ở đô thị có mô phỏng hoạt động sản xuất nông nghiệp, các di sản nông nghiệp, các cơ sở nghề truyền thống chế biến nông sản hay nhà dân ở nông thôn chỉ kinh doanh dịch vụ lưu trú và ăn uống không thuộc phạm vi của nghiên cứu này.

Liên kết kinh tế và mô hình liên kết Du lịch nông nghiệp

Liên kết kinh tế có ba kiểu là liên kết theo chiều ngang, chiều dọc và khối hay vùng lãnh thổ^{9,10}. Liên kết theo chiều ngang là trường hợp các doanh nghiệp kinh doanh cùng loại sản phẩm liên kết với nhau trong tiêu thụ sản phẩm. Liên kết theo chiều dọc là khi các doanh nghiệp trong cùng một ngành liên kết để thực hiện từng phần của sản phẩm. Liên kết khối hay vùng lãnh thổ là liên kết không nhất thiết phải cùng loại sản phẩm hay cùng ngành.

Mỗi kiểu liên kết đều mang lại lợi ích cho các thành viên tham gia mà lợi ích cơ bản là có lợi thế hơn các doanh nghiệp riêng lẻ. Liên kết dọc giúp doanh nghiệp thành viên tiết kiệm chi phí đầu vào. Liên kết ngang giúp doanh nghiệp thành viên được hưởng lợi nhờ hiệu quả theo quy mô và nâng cao khả năng tiếp cận thị trường. Liên kết khối hay vùng lãnh thổ sẽ giúp doanh nghiệp được hưởng lợi ích của cả liên kết dọc và liên kết ngang¹⁰. Do đó liên kết giữa các nhà sản xuất nhỏ được khuyến khích ở nhiều quốc gia.

Trong lĩnh vực DLNN, trên thế giới đã có nhiều hình thức liên kết khác nhau từ đơn giản đến rất tiên tiến. Mạng lưới DLNN dạng Hiệp hội là một hình thức liên kết tiên tiến theo chiều ngang hoạt động vì lợi ích của nông dân tham gia kinh doanh DLNN. Một mạng lưới như vậy có thể chỉ thực hiện một vài hoạt động như quảng cáo trên mạng internet, qua tờ rơi, tạo cơ hội hợp tác, đào tạo và thu thập thông tin, tổ chức hội nghị hoặc tiến hành nghiên cứu chung...¹⁰. Đó là những hoạt động mà một điểm DLNN riêng lẻ với quy mô nhỏ khó tự triển khai vì không đủ khả năng tài chính và nhân lực. Tuy nhiên để mạng lưới liên kết ngang hoạt động thành công, thực sự mang lại lợi ích cho các thành viên thì điều quan trọng là phải xây dựng được đội ngũ quản lý chuyên nghiệp áp dụng phương pháp quản lý tiên tiến và sử dụng hiệu quả các công cụ quản lý hiện đại.

Mạng lưới “Bienvenue à la ferme” ở Pháp là một trường hợp thành công của mô hình liên kết ngang dạng Hiệp hội. Mạng lưới này do Phòng Nông nghiệp Pháp thành lập vào năm 1988 với 83 thành viên. Đến năm 2018, mạng lưới đã có hơn 8.000 nông trại thành viên, trong đó 20% là nông trại DLNN, 53% bán trực tiếp sản phẩm cho khách du lịch và 27% vừa cung cấp dịch vụ DLNN vừa bán trực tiếp sản phẩm cho khách du lịch. Sau 30 năm hình thành và phát triển “Bienvenue à la ferme” là mạng lưới số 1 về số lượng thành viên ở Pháp với doanh số đạt gần 1 tỷ euro và có 43% nông trại thành viên đạt 75% thu nhập từ hoạt động cung cấp dịch vụ cho mạng lưới¹¹. Tham gia mạng lưới các nông trại thành viên được yêu cầu gắn logo của mạng lưới như là cam kết với du khách về chất lượng các dịch vụ được cung cấp. Mỗi thành viên phải ký cam kết chỉ bán những sản phẩm chất lượng hàng đầu, cung cấp cho du khách sự tiếp đón riêng và chuyên nghiệp, duy trì tốt môi trường xung quanh và đồng ý trở thành đại sứ của nông nghiệp có trách nhiệm và bền vững bắt nguồn từ sự tôn trọng trái đất. Các Ủy viên hội đồng chính quyền địa phương hỗ trợ và quản lý các nông trại hoạt động theo chuẩn chất lượng quy định. Mạng lưới đã thiết lập một trang web cho phép người tiêu dùng tìm kiếm để mua các sản phẩm hoặc đặt chỗ và một ứng dụng di động sử dụng GPS để giúp người dùng tìm vị trí, sản phẩm và dịch vụ của nông trại. Mạng lưới cũng tham dự nhiều triển lãm thương mại nông nghiệp và thực phẩm, xuất bản tờ rơi và tổ chức thăm nông trại¹². Như vậy, sự hỗ trợ của chính quyền địa phương là rất cần thiết để phát triển mô hình liên kết dạng Hiệp hội.

Tổng công ty DLNN Maharashtra, ở Ấn Độ được thành lập vào tháng 7/2005 với dự án DLNN thí điểm tại Baramati. Sau khi dự án thành công Tổng công ty đã mở rộng hoạt động bằng cách cho các chủ trang trại ở Maharashtra đăng ký tham gia cung cấp dịch vụ DLNN theo chuẩn của Tổng công ty. Đến nay Tổng công ty đã xây dựng được mạng lưới 152 nông trại được gọi là Trung tâm DLNN. Các Trung tâm được cung cấp các hướng dẫn và chương trình đào tạo để điều hành hoạt động. Tổng công ty bán tour và giữ lại 30% doanh thu để trang trải chi phí quản lý, quảng cáo và khuyến mãi¹³. Với mô hình Tổng công ty những người quản lý có trình độ quản lý chuyên nghiệp, có tầm nhìn rộng, tự nguyện dẫn thân vào lĩnh vực kinh doanh DLNN nên điều hành hiệu quả hoạt động của mạng lưới liên kết. Về tính cộng đồng thì đây có thể coi là mô hình nhà đầu tư bên ngoài dựa vào cộng đồng. Mặc dù hình thức là Tổng công ty nhưng đây cũng là mô hình liên kết ngang do tư nhân quản lý điều hành kinh doanh. Một Tổng công ty có thời gian hoạt động chỉ 15 năm đã xây dựng được hệ thống tiêu

chuẩn sản phẩm, tỷ lệ phân chia thu nhập, phát triển được mạng lưới với 152 nông trại thành viên và thị trường tiêu thụ tương ứng với năng lực cung cấp là một trường hợp thành công có thể được coi là một mô hình liên kết kinh doanh DLNN thành công.

PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Phương pháp phân tích định tính được sử dụng để thực hiện nghiên cứu này. Dữ liệu được thu thập trong năm 2019 bằng kỹ thuật quan sát kết hợp phỏng vấn sâu một đối một tại bốn điểm kinh doanh DLNN đại diện cho bốn kiểu mô hình vận hành. Đó là Khu du lịch Phú An Khang (xã Bình Phú, TP. Bến Tre), Nông trại Hải Vân - Sân chim Vàm Hồ (xã Tân Mỹ, huyện Bình Đại), Vườn sầu riêng Bảy Thảo (xã Vĩnh Thành, huyện Chợ Lách), Hợp tác xã Du lịch sinh thái cộng đồng Thạnh Phong (xã Thạnh Phong, huyện Thạnh Phú). Bốn điểm này được chọn qua tham khảo tổng quan tài liệu của Trung tâm xúc tiến du lịch tỉnh Bến Tre, các trang giới thiệu của các điểm du lịch và khảo sát thực địa sơ bộ. Quan sát được thực hiện tại mỗi điểm ít nhất hai lần, một lần trong vai du khách quan sát không để quản lý và nhân viên biết đang thực hiện nghiên cứu và một lần cho đối tượng được quan sát biết đang thực hiện nghiên cứu. Số lần quan sát và trình tự tùy vào thực tế tiếp cận từng điểm. Dù quan sát có cho biết hay không cho biết đang thực hiện nghiên cứu, phỏng vấn một đối một quản lý và nhân viên tại điểm đều được tiến hành nhằm thu thập thông tin về cách thức vận hành điểm du lịch. Do đặc thù của DLNN coi giao lưu giữa chủ nhà/quản lý/nhân viên với khách du lịch là một hoạt động trong sản phẩm được cung cấp nên việc thu thập thông tin qua kênh này là khá dễ dàng.

Tại HTX Du lịch sinh thái cộng đồng Thạnh Phong, có bốn lần quan sát đã được thực hiện ở hai nhà là nhà chị Bảy và nhà chị Nga theo trình tự lần một tự tiếp cận trong vai khách du lịch và lần hai tiếp cận qua giới thiệu của Ban quản lý Khu du lịch di tích đường Hồ Chí Minh trên biển huyện Thạnh Phú và cán bộ văn hóa xã Thạnh Phong. Tại điểm Vườn sầu riêng Bảy Thảo cũng theo trình tự như ở Thạnh Phong nhưng cả hai lần đều tự tiếp cận. Với Khu du lịch Phú An Khang trình tự ngược lại do có cơ hội tiếp cận phỏng vấn Giám đốc điều hành Khu du lịch tại một hội thảo xúc tiến du lịch của địa phương nên quan sát thực địa trong vai khách du lịch kết hợp với phỏng vấn nhân viên được tiến hành sau. Tại Nông trại Hải Vân - Sân chim Vàm Hồ thông tin thu thập được từ các lần trực tiếp tư vấn chiến lược phát triển cho Giám đốc công ty TNHH Du lịch sinh thái Hải Vân là công ty sở hữu điểm du lịch này và những lần đưa khách đến đây trải nghiệm trong khoảng thời gian từ khi mở cửa vào tháng 3 năm 2016 đến cuối năm 2019.

KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

Mặc dù là điểm đến DLNN mới nổi nhưng mô hình điểm DLNN ở Bến Tre khá phong phú. Các mô hình điểm DLNN dựa vào cộng đồng có thể chia thành ba loại là cả cộng đồng tham gia, một vài hộ trong cộng đồng tham gia và nhà đầu tư bên ngoài dựa vào cộng đồng. Mô hình DLNN dựa vào vốn hoạt động không gắn với cộng đồng nhưng vẫn là một nông trại thật sự. Hai điểm khác biệt cơ bản giữa nông trại nhà đầu tư bên ngoài dựa vào cộng đồng và nông trại dựa vào vốn là từ kỹ thuật công nghệ sản xuất và nguồn nhân lực.

Điểm du lịch theo mô hình dựa vào vốn vận hành quy trình sản xuất nông nghiệp công nghệ cao, sử dụng lao động chuyên nghiệp có thể từ nơi khác đến. Khu du lịch Phú An Khang là một điểm như vậy. Dưa lưới, rau củ quả được trồng theo tiêu chuẩn VietGAP, vừa bán trực tiếp cho du khách vừa bán ra thị trường TP. Hồ Chí Minh. Du khách đến đây được tiếp xúc trực tiếp với hoạt động nông nghiệp theo cách chủ động qua các hoạt động hướng dẫn kỹ thuật trồng rau sạch, trái cây sạch theo kỹ thuật hiện đại, được tự tay trồng cây, hái trái cây. Ngoài ra còn có “Vườn cây online” để du khách theo dõi từ xa quá trình sinh trưởng những cây thuộc quyền sở hữu của mình.

Điểm du lịch theo mô hình nhà đầu tư bên ngoài dựa vào cộng đồng vận hành quy trình sản xuất nông nghiệp truyền thống, sử dụng lao động là cư dân trong cộng đồng. Nông trại Hải Vân - Sân chim Vàm Hồ hoạt động theo mô hình này. Các loại cây trái như Bưởi da xanh, mít, đu đủ, thanh long, mận, ổi... và rau được trồng sạch theo cách truyền thống. Sản phẩm thu hoạch được phần lớn dùng phục vụ bữa ăn và bán cho du khách mang về, phần còn lại bán ra thị trường. Những loại thực phẩm nông trại không tự sản xuất được mua từ các nhà dân lân cận như gà, tôm, cá, hến... Nhà đầu tư trực tiếp quản lý điều hành và tất cả nhân viên làm việc trong nông trại đều là cư dân tại chỗ. Một số là giáo viên trường tiểu học, trung học cơ sở tại địa phương luân phiên tham gia vào quy trình cung cấp sản phẩm du lịch giáo dục cho du khách là sinh viên, học sinh.

Mô hình một hoặc một vài hộ trong cộng đồng tham gia có khá nhiều điểm ở huyện Châu Thành, Chợ Lách và vùng ven TP. Bến Tre. Trong đó Vườn sầu riêng Bảy Thảo ở xã Vĩnh Thành huyện Chợ Lách đã hoạt động hơn 10 năm. Ở đây không chỉ có vườn sầu riêng lâu năm mà còn trồng thêm kiếng lá, các loại cây công trình và có ao nuôi cá tai tượng, có trại nuôi gà nòi. Nông sản ở đây không chỉ bán trực tiếp cho du khách mà còn bán online. Do quy mô nhỏ, lao động chính là người trong gia đình, những khi đông khách chủ

nhà gọi thêm lao động lán giêng phụ giúp hoặc mua giúp khách những loại nông sản của nhà lán giêng sản xuất.

Mô hình cả cộng đồng tham gia ở Bến Tre có Hợp tác xã Du lịch sinh thái cộng đồng Thạnh Phong (huyện Thạnh Phú) được thành lập vào năm 2015 từ tài trợ của Chương trình Rừng ngập mặn cho tương lai (Mangrove for the Future, MFF), thuộc Quỹ bảo tồn thiên nhiên quốc tế (*International Union for Conservation of Nature*, IUCN) (Hình 1). Dự án “Hỗ trợ xây dựng và phát triển mô hình du lịch sinh thái dựa vào cộng đồng tại khu vực Bảo tồn thiên nhiên và Bảo vệ môi trường vùng ven biển, thuộc xã Thạnh Phong” do Trung tâm chuyển giao công nghệ dịch vụ và phát triển cộng đồng nông ngư nghiệp Việt Nam tổ chức triển khai thực hiện trong 18 tháng. Sau khi dự án kết thúc vào tháng 5 năm 2015, Hợp tác xã Du lịch sinh thái cộng đồng Thạnh Phong do Ban Điều hành và 4 Tổ chuyên trách vận hành. Mặc dù đã có các chương trình đào tạo kiến thức du lịch cộng đồng cho các xã viên, nhưng do hạn chế về khả năng tiếp cận thị trường, tổ chức thực hiện quy trình cung cấp dịch vụ, nên đến nay Hợp tác xã vẫn chưa khẳng định được vị thế trên thị trường. Tuy vậy vẫn có một vài hộ duy trì tiếp đón khách dù không thường xuyên như nhà chị Bảy và chị Nga.

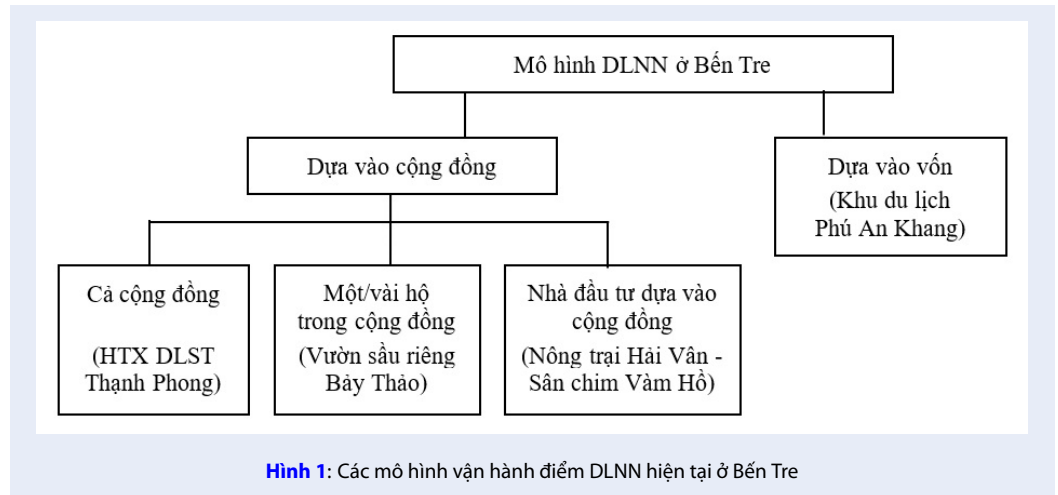
Do mô hình kinh doanh khác nhau nên sản phẩm của các điểm du lịch cũng khác nhau. Mỗi điểm có khúc thị trường riêng, hoạt động độc lập, tự thân phát triển nên không là đối thủ cạnh tranh trực tiếp với nhau. Tuy vậy mỗi điểm với quy mô nhỏ khó phát triển nhanh vì không đủ năng lực đáp ứng nhu cầu của các thị trường khách cao cấp nội địa và quốc tế cũng như khó dành những khoản chi phí lớn để xúc tiến, quảng bá sản phẩm. Do đó nguồn khách chủ yếu của các điểm DLNN này là từ TP. Hồ Chí Minh và vùng lân cận.

THẢO LUẬN VÀ ĐỀ XUẤT

Trong nền kinh tế thị trường, những mô hình kinh doanh hiệu quả sẽ phát triển, mô hình kém hiệu quả sẽ phải mất đi. Tuy nhiên nhà nước sẽ hỗ trợ những nhóm yếu thế vì những lợi ích khác như ổn định xã hội, hạn chế di dân, giảm cách biệt thu nhập của dân cư ở nông thôn và thành thị... Phát triển du lịch nông nghiệp dựa vào cộng đồng nên ưu tiên phát triển các nông trại quy mô nhỏ do người địa phương sở hữu và điều hành sẽ tối ưu hóa được chi phí nhờ tự sản xuất nguyên liệu và vận hành quy trình cung cấp dịch vụ¹⁴. Nhưng quy mô nhỏ sẽ bị bất lợi vì không có được sức mạnh thị trường, khó tiếp cận được những thị trường lớn. Vì vậy, liên kết ngang là cách để tăng sức mạnh thị trường, để có điều kiện quảng bá sản phẩm rộng rãi

hơn và thực hiện quy trình cung cấp dịch vụ chuyên nghiệp hơn. Tuy nhiên quản lý mạng lưới liên kết ngang các điểm DLNN đòi hỏi phải áp dụng phương pháp quản lý hiện đại và đây là một thách thức lớn đối với mô hình cả cộng đồng tham gia. Bởi vì, thực tế là hiện nay ở nông thôn không riêng gì Bến Tre, số người có trình độ đã và đang di chuyển về thành thị để sinh sống và làm việc. Việc đào tạo đòi hỏi phải có thời gian và người được đào tạo phải có trình độ học vấn nhất định còn thu hút nhân lực ngoài cộng đồng cũng không phải là dễ dàng vì họ phải rời xa môi trường sống quen thuộc. Chính vì “hạn chế về năng lực tổ chức quản lý mà Hợp tác xã Du lịch sinh thái cộng đồng Thạnh Phong qua gần 5 năm hoạt động không phát triển được” là nhận định của một lãnh đạo Phòng Văn hóa thông tin huyện Thạnh Phú. Trong trường hợp thu hút được nhân lực quản lý thì cũng có nguy cơ xảy ra bất đồng lợi ích giữa người chủ và người quản lý điều hành. Mô hình DLNN cả cộng đồng tham gia với mô hình HTX đòi hỏi phải có thời gian để giải quyết vấn đề nhân lực quản lý nên trong nghiên cứu này chỉ đề xuất hai mô hình là Tổng Công ty và Hiệp hội.

Từ mô hình mạng lưới “Bienvenue à la ferme” ở Pháp cho thấy Bến Tre có thể áp dụng mô hình liên kết dạng này trong tương lai gần vì đã có những điều kiện tiền đề thuận lợi. Đó là sự quan tâm phát triển DLNN của chính quyền và cơ quan quản lý nhà nước về du lịch từ tỉnh đến huyện. Tuy vậy, hiện các hoạt động liên quan đến liên kết và hợp tác chỉ là “trao đổi thông tin trong công tác quản lý nhà nước, công tác xúc tiến, quảng bá du lịch, đào tạo nguồn nhân lực du lịch, tổ chức các đoàn tham quan, học tập, khảo sát mô hình phát triển du lịch; phối hợp các tỉnh trong cụm phía Đông ĐBSCL tham gia gian hàng chung tại các sự kiện, hội chợ, triển lãm du lịch trong nước”³. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch hoàn toàn có khả năng làm cầu nối để tổ chức mạng lưới trong toàn tỉnh thông qua mạng lưới Phòng Văn hóa các huyện như cách tổ chức của mạng lưới “Bienvenue à la ferme” do đã có kinh nghiệm tổ chức Hiệp hội Du lịch của tỉnh. Mô hình này nên ưu tiên tập hợp các điểm du lịch cộng đồng quy mô nhỏ và sản xuất nông nghiệp truyền thống. Thời gian đầu xây dựng mạng lưới có thể tìm nguồn kinh phí từ các chương trình tài trợ của chính phủ hoặc của chính quyền địa phương chẳng hạn như kết nối những điểm đã từng nhận được tài trợ từ các dự án như dự án “*Thích ứng với biến đổi khí hậu vùng đồng bằng sông Cửu Long tại tỉnh Bến Tre*” (*Adaptation to climate change in the Mekong Delta in Ben Tre Province*, AMD). Sản phẩm DLNN của các thành viên trong mạng lưới nên chọn thành phần cốt lõi là các hoạt động ở các vườn cây đã có danh tiếng



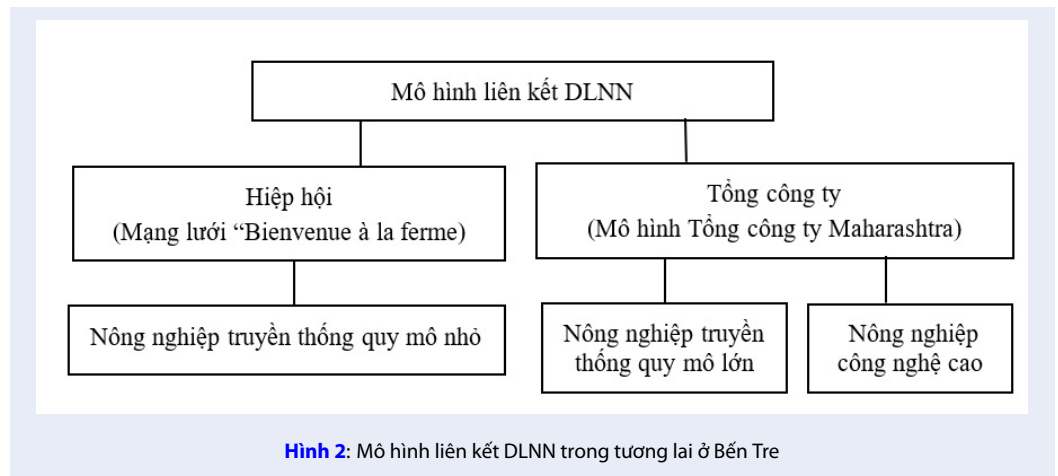
như “Dừa xiêm xanh”, “Bưởi da xanh”, “sầu riêng Cái Môn”, (Chợ Lách), “xoài Tứ Quý” (Thanh Phú), ... và ẩm thực đặc trưng xứ dừa để tạo ra sự khác biệt. Khi xây dựng được các tiêu chuẩn chất lượng nội bộ và thương hiệu sản phẩm thì tổ chức gắn logo cho sản phẩm của các thành viên như là một cam kết cung cấp sản phẩm đúng theo tiêu chuẩn chất lượng của mạng lưới. Thông qua mạng lưới triển khai những hoạt động xúc tiến, ứng dụng công nghệ nhận đặt chỗ, thanh toán... nhằm tăng tiện ích cung cấp cho du khách. Khi mạng lưới đã vận hành tốt, các thành viên sẽ được hưởng lợi trước hết là tiếp cận nguồn khách và các tiện ích kết nối với du khách nên họ sẽ sẵn lòng đóng góp chi phí vận hành mạng lưới. Mạng lưới cũng cần phải thể hiện trách nhiệm chia sẻ lợi ích với cộng đồng qua một khoản trích để hỗ trợ những nhóm yếu thế trong cộng đồng, xây dựng các công trình chung phục vụ cộng đồng, xây dựng mối quan hệ tốt đẹp trong cộng đồng... để nhận được sự ủng hộ của cộng đồng.

Bến Tre hiện cũng đã có một vài công ty kinh doanh DLNN hoạt động hiệu quả, tăng trưởng tốt nên có thể phát triển mô hình liên kết kiểu mô hình của Tổng công ty DLNN Maharashtra, ở Ấn Độ. Công ty Mekong Travel với thương hiệu Út Trinh homstay đã thành công với cụm homstay ở cồn An Bình (Vĩnh Long), được chứng nhận danh hiệu “Homestay đạt chuẩn Asean” năm 2017 – 2019¹⁵. Công ty Mekong Travel đã mở điểm homstay Út Trinh ở cồn Tam Hiệp (Bình Đại, Bến Tre), không chỉ cung cấp các dịch vụ trong phạm vi homstay như nghỉ đêm, ẩm thực địa phương mà còn liên kết với các hộ dân ở cồn Tam Hiệp để đưa khách trải nghiệm ở những nhà dân có hoạt động sản xuất nông nghiệp như vườn lá sâm, trại nuôi ong, vườn cây ăn trái... để chia sẻ lợi ích cho cộng

đồng. Công ty Hải Vân với thương hiệu Nông trại Hải Vân - Sân chim Vàm Hồ hiện đã có mạng lưới cung cấp thực phẩm và nguồn nhân lực tại chỗ cũng có khả năng phát triển thành công theo mô hình Tổng công ty. Như vậy, Mekong Travel và Hải Vân hiện đang có mạng lưới liên kết hoạt động tốt. Từ kinh nghiệm tổ chức mạng lưới liên kết dọc, hai công ty này có nhiều khả năng phát triển thành công mạng lưới liên kết ngang với thương hiệu riêng như trường hợp của Tổng Công ty Maharashtra nếu lãnh đạo địa phương có chủ trương và hỗ trợ cách làm Hình 2.

KẾT LUẬN

Bến Tre có tài nguyên DLNN phong phú và hiện đã hình thành nhiều điểm cung cấp dịch vụ trải nghiệm đáp ứng được nhu cầu của du khách. Tùy theo điều kiện và năng lực của từng nơi, các điểm DLNN vận hành theo nhiều mô hình khác nhau nhưng có thể chia thành hai nhóm là dựa vào cộng đồng và dựa vào vốn. Khác biệt giữa hai mô hình này là các điểm theo mô hình dựa vào cộng đồng vận hành với nông nghiệp sạch truyền thống trong khi các điểm dựa vào vốn vận hành với nông nghiệp công nghệ cao. Mô hình DLNN dựa vào cộng đồng gồm ba nhóm là cả cộng đồng tham gia, một hoặc vài hộ trong cộng đồng tham gia và nhà đầu tư bên ngoài dựa vào cộng đồng. Hiện tại mô hình cả cộng đồng tham gia đang phải đối mặt với nhiều thách thức trong khi các mô hình khác phát triển thuận lợi hơn. Tuy vậy dù vận hành theo mô hình nào tất cả đều bị hạn chế do quy mô nhỏ nên cần có sự liên kết thành một mạng lưới rộng lớn để có thể cùng tiến hành các hoạt động marketing chuyên nghiệp đến những thị trường mới và cung cấp sản phẩm đáp ứng được mong đợi của khách hàng. Nghiên cứu đã đề xuất nên ưu tiên phát triển hai kiểu



liên kết ngang theo mô hình Tổng công ty du lịch nông nghiệp Maharashtra (Ấn Độ) và Mạng lưới “Bienvenue à la ferme” (Pháp) là hai mô hình liên kết đã rất thành công trong thực tế phát triển DLNN và Bến Tre đang có những điều kiện phù hợp.

LỜI CẢM ƠN

- Nhóm tác giả trân trọng cảm ơn Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Bến Tre, UBND và Phòng Văn hóa – Thông tin huyện Thạnh Phú, UBND xã Thạnh Phong và Thạnh Hải, Ban Quản lý Khu du lịch Di tích đường Hồ Chí Minh trên biển huyện Thạnh Phú, Công ty TNHH Du lịch sinh thái Hải Vân đã nhiệt tình hỗ trợ chúng tôi trong quá trình thực hiện nghiên cứu này.

- Đây là sản phẩm của đề tài cấp Nhà nước “Phát triển chuỗi giá trị du lịch nông nghiệp tại Đồng bằng sông Cửu Long trong bối cảnh mới”. Mã số: KX.01.52/16-20

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

DLNN : Du lịch nông nghiệp
ĐBSCL : Đồng bằng sông Cửu Long
HTX : Hợp tác xã

XUNG ĐỘT LỢI ÍCH

Bài báo này không có xung đột lợi ích.

ĐÓNG GÓP CỦA TÁC GIẢ

1. Tạo lập cơ sở dữ liệu sơ cấp bằng kỹ thuật quan sát kết hợp phỏng vấn một đối một tại 4 điểm DLNN của tỉnh Bến Tre trong năm 2019.

- Thu thập dữ liệu tại HTX Du lịch sinh thái cộng đồng Thạnh Phong: Bích Tiên
- Thu thập dữ liệu tại Khu du lịch Phú An Khang, Nông trại Hải Vân - Sân chim Vàm Hồ, Vườn sầu riêng Bảy Thảo: Mỹ Hạnh

2. Thu thập và xử lý dữ liệu thứ cấp tiếng Việt và tiếng Anh: Mỹ Hạnh & Bích Tiên

- Xử lý các tài liệu tiếng Việt: Mỹ Hạnh
- Xử lý các tài liệu tiếng Anh: Bích Tiên

3. Viết bài công bố kết quả nghiên cứu

- Viết tóm tắt tiếng Việt và tiếng Anh, phương pháp nghiên cứu: Bích Tiên
- Các nội dung còn lại của bài: Mỹ Hạnh

ĐÓNG GÓP VỀ MẶT KHOA HỌC

Bài viết cung cấp kết quả nghiên cứu đạt được về các mô hình kinh doanh DLNN tại tỉnh Bến Tre – một điểm đến mới nổi ở vùng đồng bằng sông Cửu Long. Đóng góp về khoa học của bài viết là:

- Phát triển khái niệm DLNN và điểm DLNN, mô hình liên kết DLNN
- Chỉ ra bốn kiểu mô hình kinh doanh DLNN ở Bến Tre là (1) dựa vào vốn, (2) cả cộng đồng tham gia, (3) một/một vài hộ tham gia, (4) nhà đầu tư bên ngoài dựa vào cộng đồng
- Đề xuất hai kiểu mô hình liên kết ngang trong kinh doanh DLNN là Tổng công ty và Hiệp hội.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Technavio. Global Agritourism Market 2019-2023. 2019;
2. Ciolac R, Adamov T, Iancu T, Popescu G, Lile R, Rujescu C at al. Agritourism-A Sustainable Development Factor for Improving the 'Health' of Rural Settlements, Case Study Apuseni Mountains Area. Sustainability. 2019;11:14–67. Available from: <https://doi.org/10.3390/su11051467>.
3. Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch. Báo cáo Tổng kết tình hình hoạt động du lịch năm 2018 và phương hướng, nhiệm vụ năm 2019;
4. Arroyo CG, Barbieri C, Rich SR. Defining agritourism: A comparative study of stakeholders' perceptions in Missouri and North Carolina. Tourism Management . 2013;37(C):39–47. Available from: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2012.12.007>.
5. Phillip S, Hunter C, Blackstock K. A typology for defining agritourism. Tourism Management, Elsevier. 2010;31:754–758. Available from: <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.08.001>.
6. Broccardo L, Culasso F, Truant E. Unlocking Value Creation Using an Agritourism Business Model. Sustainability. 2017;9:16–18. Available from: <https://doi.org/10.3390/su9091618>.
7. Kizos T, Iosifides T. The contradictions of agrotourism development in Greece: evidence from three case studies. South European Society and Politics. 2007;12:59–77. Available from: <https://doi.org/10.1080/13608740601155443>.
8. Lago NAA. Tourism Demand and Agriculture Supply: Basis for Agritourism Development in Quezon Province. Asia Pacific Journal of Multidisciplinary Research. 2017;5(3).
9. Baye MR. Managerial Economics and Business Strategy. 7e ed. Mc GrawHill. 2010;p. 249.
10. Sznajder M, Przezbórska L, Scrimgeour F. Cooperation of agritourist entities in Agritourism book, CABI. 2009;p. 122. Available from: <https://doi.org/10.1079/9781845934828.0000>.
11. Dossier de presse 2018 [online];Available from: https://www.bienvenue-a-la-ferme.com/files/download/dossier_de_presse_2018.pdf.
12. Chaire de Tourisme Transat. Agritourism Development - Preliminary Report. ASG UQAM. 2018;31:22.
13. Ingavale D. Agri Tourism - A Business Model of Agri Tourism Development Corporation. Management. 2015;4(1).
14. Khamung R. Analysis of Aptitudes, Aspirations, Capacities, and Resources for a Community-based Agritourism Establishment. Silpakorn University Journal of Social Sciences, Humanities, and Arts. 2015;15(2):25–57.
15. Trảng N, Thúy P. Homestay - niềm vui và những trăn trở. Vinh Long online [06/02/2018] ;Available from: <http://www.baovinhlong.com.vn/xa-hoi/du-lich/201802/homestay-niem-vui-va-nhung-tran-tro-2880372/>.

Agritourism business model in Ben Tre – Present and future

Doan Thi My Hanh^{1,*}, Ma Bich Tien²



Use your smartphone to scan this QR code and download this article

ABSTRACT

Ben Tre is an emerging destination in the Mekong Delta and known as "Vietnam's coconut kingdom". The number of visitors to Ben Tre has been continuously increased, but the revenue per visitor is still quite low compared with other destinations. In the current, the tourism product of Ben Tre is mainly agritourism which mostly supplied by traditional agricultural production sites. Very few agritourism practice hi-tech agricultural productions. Most visitors visit Ben Tre are from HCMC and neighboring provinces. Due to the small scale of agritourism business sites, they have not been reached the large and high-end markets. This study aims to identify the current agritourism business models and then proposed future business linkage models. Qualitative method is used to conduct this study. Data is collected through observation techniques and combined with face-to-face interviews at Phu An Khang Tourist, Hai Van Farm- Van Ho Bird Sanctuary, Bay Thao Durian Garden, and Ecotourism cooperation of Thanh Phong community. This study proposes that in the future, Ben Tre should link agritourism business sites based on horizontal integration model to promote tourist products into a new market with large scale and high-end customers. The models of horizontal integration should be implemented as the association model as similar to "Bienvenu à la ferme" (France) and the corporation model as similar to Marahastra Corporation (India) because Ben Tre has the similar conditions conduct and develop these models.

Key words: agritourism, Ben Tre, business model, horizontal integration

¹Van Hien University, Vietnam

²Van Lang University, Vietnam

Correspondence

Doan Thi My Hanh, Van Hien University, Vietnam

Email: hanhdtm@gmail.com

History

- Received: 7/7/2020
- Accepted: 23/12/2020
- Published: 15/1/2021

DOI : 10.32508/stdjssh.v4i4.630



Copyright

© VNU-HCM Press. This is an open-access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution 4.0 International license.



Cite this article : Hanh D T M, Tien M B. **Agritourism business model in Ben Tre – Present and future.** *Sci. Tech. Dev. J. - Soc. Sci. Hum.*; 4(4):714-722.