

HỌC VIỆN CHÍNH TRỊ QUỐC GIA HỒ CHÍ MINH

HUỶNH HẢI ĐĂNG

LIÊN LẾT KINH TẾ TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH
CỘNG ĐỒNG Ở VÙNG ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG

LUẬN ÁN TIẾN SĨ
NGÀNH: KINH TẾ CHÍNH TRỊ

HÀ NỘI - 2024

HỌC VIỆN CHÍNH TRỊ QUỐC GIA HỒ CHÍ MINH

HUỲNH HẢI ĐĂNG

**LIÊN LẾT KINH TẾ TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH
CỘNG ĐỒNG Ở VÙNG ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG**

LUẬN ÁN TIẾN SĨ

NGÀNH: KINH TẾ CHÍNH TRỊ

Mã số: 9310102

NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC:

PGS.TS. ĐOÀN XUÂN THỦY

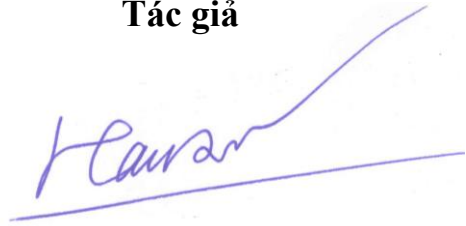


HÀ NỘI - 2024

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan đây là công trình nghiên cứu của riêng tôi. Các số liệu, kết quả nêu trong luận án là trung thực, có nguồn gốc rõ ràng và được trích dẫn đầy đủ theo quy định.

Tác giả

A handwritten signature in blue ink, appearing to read 'Hải Đăng', is written over a horizontal blue line.

Huỳnh Hải Đăng

MỤC LỤC

	<i>Trang</i>
MỞ ĐẦU	1
Chương 1. TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU LIÊN QUAN ĐẾN VẤN ĐỀ LIÊN KẾT KINH TẾ TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỘNG ĐỒNG TRÊN ĐỊA BÀN VÙNG, LÃNH THỔ	8
1.1. Những công trình nghiên cứu tiêu biểu của các tác giả có liên quan đến vấn đề liên kết kinh tế trong phát triển du lịch cộng đồng trên địa bàn vùng, lãnh thổ.....	8
1.2. Khái quát kết quả của các công trình đã công bố liên quan đến đề tài luận án và những vấn đề cần tiếp tục nghiên cứu phát triển.....	29
Chương 2. CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ KINH NGHIỆM THỰC TIỄN VỀ LIÊN KẾT KINH TẾ TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỘNG ĐỒNG TRÊN ĐỊA BÀN VÙNG, LÃNH THỔ	31
2.1. Khái niệm, đặc điểm, vai trò, nguyên tắc liên kết kinh tế trong phát triển du lịch cộng đồng trên địa bàn vùng, lãnh thổ	31
2.2. Nội dung, tiêu chí đánh giá, nhân tố ảnh hưởng liên kết kinh tế trong phát triển du lịch cộng đồng trên địa bàn vùng, lãnh thổ	47
2.3. Kinh nghiệm về liên kết kinh tế trong phát triển du lịch cộng đồng và bài học rút ra cho vùng đồng bằng sông Cửu Long.....	61
Chương 3. THỰC TRẠNG LIÊN KẾT KINH TẾ TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỘNG ĐỒNG Ở VÙNG ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG GIAI ĐOẠN 2019 - 2023.....	69
3.1. Khái quát về du lịch và du lịch cộng đồng ở vùng đồng bằng sông Cửu Long giai đoạn 2019 - 2023	69
3.2. Tình hình liên kết kinh tế trong phát triển du lịch cộng đồng ở vùng đồng bằng sông Cửu Long giai đoạn 2019 - 2023	73
3.3. Đánh giá chung về tình hình liên kết kinh tế trong phát triển du lịch cộng đồng ở vùng đồng bằng sông Cửu Long giai đoạn 2019 - 2023	110
Chương 4. QUAN ĐIỂM VÀ GIẢI PHÁP THÚC ĐẨY LIÊN KẾT KINH TẾ TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỘNG ĐỒNG Ở VÙNG ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG ĐẾN NĂM 2030.....	131
4.1. Quan điểm thúc đẩy liên kết kinh tế trong phát triển du lịch cộng đồng ở đồng bằng sông Cửu Long đến năm 2030.....	131
4.2. Giải pháp thúc đẩy liên kết kinh tế trong phát triển du lịch cộng đồng ở vùng đồng bằng sông Cửu Long đến năm 2030.....	139
KẾT LUẬN.....	159
DANH MỤC CÔNG TRÌNH NGHIÊN CỨU CỦA TÁC GIẢ ĐÃ CÔNG BỐ KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU LUẬN ÁN	161
DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	162
PHỤ LỤC	182

DANH MỤC CHỮ VIẾT TẮT

AMD	Adaptation to climate change in the Mekong Delta Dự án Thích ứng với biến đổi khí hậu vùng đồng bằng sông Cửu Long
ASEAN	Association of South-East Asian Nations Hiệp hội các nước Đông Nam Á
CBT	Community-Based Tourism Du lịch cộng đồng
ĐBSCL	đồng bằng sông Cửu Long
OCOP	One Commune One Product Mỗi xã một sản phẩm
UBND	Ủy ban nhân dân

DANH MỤC BẢNG

Trang

Bảng 3.1. Doanh nghiệp du lịch và hộ nông dân nhận định về khó khăn khi chưa nhận được sự quan tâm, hỗ trợ từ phía nhà nước khi tham gia phát triển CBT ở vùng ĐBSCL	74
Bảng 3.2. Phương án lựa chọn của hộ nông dân khi xảy ra rủi ro trong việc thực hiện hợp đồng hợp tác, liên kết giữa các hộ nông dân với nhau.....	77
Bảng 3.3. Phương án lựa chọn của các chủ thể khi xảy ra tranh chấp trong việc thực hiện hợp đồng hợp tác, liên kết	80
Bảng 3.4. Đánh giá của các chủ thể về sự cần thiết ký kết hợp đồng.....	81
Bảng 3.5. Đánh giá của các chủ thể về mức độ đảm bảo thực hiện hợp đồng hợp tác, liên kết với các chủ thể	81
Bảng 3.6. Hình thức, phương thức tuyên truyền của chính quyền địa phương, các tổ chức chính trị - xã hội về hợp tác, liên kết phát triển CBT ở vùng ĐBSCL	96
Bảng 3.7. Đánh giá của hộ nông dân về mức độ hiệu quả công tác tuyên truyền của chính quyền địa phương, các tổ chức chính trị - xã hội về hợp tác, liên kết phát triển CBT ở vùng ĐBSCL	97
Bảng 3.8. Đánh giá của các chủ thể về chu kỳ hợp tác, liên kết.....	111
Bảng 3.9. Đánh giá của các chủ thể về quy mô hợp tác, liên kết và quy mô tổng giá trị hợp đồng hợp tác, liên kết giữa các chủ thể	114

DANH MỤC BIỂU ĐỒ

Trang

Biểu đồ 3.1. Đánh giá của hộ nông dân về việc thực hiện đảm bảo đúng nguyên tắc khi phân chia lợi nhuận, lợi ích giữa các chủ thể trong quá trình hợp tác, liên kết	76
Biểu đồ 3.2. Đánh giá của hộ nông dân về mức độ xảy ra tranh chấp khi thực hiện hợp đồng giữa các chủ thể trong quá trình hợp tác, liên kết	79
Biểu đồ 3.3. Đánh giá của hộ nông dân về tỷ lệ phá vỡ hợp đồng hợp tác, liên kết giữa các chủ thể với nhau trong quá trình hợp tác, liên kết	126

MỞ ĐẦU

1. Tính cấp thiết của đề tài

Hiện nay du lịch xanh, du lịch sinh thái, nông nghiệp, trải nghiệm, nghỉ dưỡng, du lịch cộng đồng/Community-Based Tourism (CBT)... đang trở thành xu hướng phổ biến, thu hút ngày càng nhiều du khách, được nhiều quốc gia, địa phương quan tâm phát triển. Đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL) của Việt Nam là vùng giàu tiềm năng phát triển CBT với hệ sinh thái tài nguyên, thiên nhiên phong phú: Rừng ngập mặn, rừng nguyên sinh, hệ thống sông ngòi, những cánh đồng ngập nước vào mùa lũ, mùa nước nổi, nguồn lợi thủy sản dồi dào, vườn cây trái trĩu quả,... cùng tập quán, văn hóa sông nước nổi tiếng. Cộng đồng đa dạng các dân tộc Kinh, Hoa, Khmer, Chăm... với nhiều lễ hội dân gian truyền thống, các loại hình âm nhạc độc đáo như đờn ca tài tử, cải lương.

Những năm qua, cùng với cả nước, ĐBSCL đã có nhiều nỗ lực phát huy lợi thế so sánh để phát triển kinh tế - xã hội nói chung, trong đó có CBT nói riêng, và bước đầu đã thu được những kết quả nhất định, kể cả trong điều kiện sau đại dịch Covid-19. Tuy nhiên, cho đến nay CBT ở vùng ĐBSCL chưa phát huy được những lợi thế sẵn có để phát triển: Vẫn có quy mô nhỏ, phân bố rải rác, giá trị thu được thấp, thiếu bền vững. Nguyên nhân trực tiếp của tình trạng trên là do ở vùng ĐBSCL vẫn thiếu sự liên kết hoạt động của các chủ thể trong cùng tỉnh cũng như giữa các tỉnh trong vùng, dẫn tới khó liên kết huy động vốn đầu tư cho phát triển CBT. Bên cạnh đó, việc rà soát lập quy hoạch phát triển CBT phù hợp với thế mạnh từng địa phương chưa đặt trong tổng thể phát triển của Vùng; nguồn nhân lực cho CBT thiếu kỹ năng, kiến thức về du lịch, ngoại ngữ,...; mạng lưới hạ tầng giao thông, du lịch chưa đồng bộ, chưa đáp ứng được yêu cầu phát triển. Việc phát triển chuỗi giá trị, xây dựng sản phẩm, chương trình CBT chung cho toàn vùng nên sản phẩm CBT còn đơn điệu, trùng lặp, chưa đa dạng...

Hoạt động liên kết kinh tế giữa các chủ thể trong phát triển CBT ở vùng ĐBSCL mới chỉ ở giai đoạn đầu, tự phát, quy mô liên kết, giá trị hợp đồng chưa cao; diễn ra với chu kỳ ngắn, đứt quãng, chưa bền vững. Việc phá vỡ hợp đồng hợp tác, liên kết giữa các chủ thể vẫn thường xuyên xảy ra. Chính quyền địa phương còn lúng túng trong hoạt động quản lý, chưa thể hiện rõ vai trò tạo lập môi trường, định hướng, dẫn dắt liên kết phát triển CBT.

Những hạn chế nêu trên chủ yếu xuất phát từ những yếu kém về nhận thức của các chủ thể trực tiếp và có liên quan đến phát triển CBT nói chung và liên kết kinh tế giữa các chủ thể trong phát triển CBT ở vùng ĐBSCL nói riêng. Mặc dù, cho đến nay đã có những công trình khoa học nghiên cứu về liên kết kinh tế, tuy nhiên, cơ sở lý luận về liên kết kinh tế trong phát triển CBT trên địa bàn vùng, lãnh thổ quốc gia, đặc biệt là ở vùng ĐBSCL vẫn chưa được làm rõ, nhất là những cơ sở kinh tế - xã hội khách quan của liên kết kinh tế trong phát triển CBT. Do đó, việc nghiên cứu bài bản, toàn diện và sâu sắc theo phương diện kinh tế chính trị về liên kết kinh tế giữa các chủ thể trực tiếp tham gia và liên quan, để từ đó tìm ra những giải pháp phù hợp phát huy lợi thế, phát triển nhanh và bền vững CBT ở vùng ĐBSCL thời gian tới là vấn đề cấp thiết cả về lý luận và thực tiễn.

Nhằm góp phần thực hiện nhiệm vụ kể trên, nghiên cứu sinh đã lựa chọn vấn đề ***“Liên kết kinh tế trong phát triển du lịch cộng đồng ở vùng đồng bằng sông Cửu Long”*** làm tên đề tài luận án tiến sĩ ngành Kinh tế chính trị tại Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh.

2. Mục đích và nhiệm vụ nghiên cứu

2.1. Mục đích nghiên cứu

Làm rõ cơ sở khoa học của liên kết kinh tế trong phát triển CBT, đánh giá thực trạng liên kết kinh tế và đề xuất giải pháp thúc đẩy liên kết kinh tế trong phát triển CBT ở vùng ĐBSCL giai đoạn đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045.

2.2. Nhiệm vụ nghiên cứu

Để đạt được mục đích trên, luận án xác định các nhiệm vụ sau:

Một là, tham khảo, kế thừa các công trình khoa học; thu thập các tài liệu để xây dựng khung lý luận về liên kết kinh tế trong phát triển CBT trên địa bàn vùng, lãnh thổ và nghiên cứu kinh nghiệm của một số vùng trong nước và kinh nghiệm của một số nước để làm bài học kinh nghiệm cho vùng ĐBSCL.

Hai là, phân tích thực trạng liên kết kinh tế trong phát triển CBT ở vùng ĐBSCL giai đoạn 2019 - 2023, đánh giá những thành công, hạn chế và chỉ ra nguyên nhân trong hoạt động liên kết kinh tế phát triển CBT ở vùng ĐBSCL.

Ba là, đề xuất quan điểm, giải pháp thực hiện có hiệu quả hoạt động liên kết kinh tế và đề xuất hình thức liên kết kinh tế phù hợp trong phát triển CBT ở vùng ĐBSCL đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045.

3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

3.1. Đối tượng nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu của luận án là liên kết kinh tế trong phát triển CBT và những quan hệ kinh tế - xã hội giữa các chủ thể có liên quan.

3.2. Phạm vi nghiên cứu

- *Phạm vi về nội dung*: Luận án nghiên cứu về liên kết kinh tế trên phương diện khái niệm, đặc điểm, nội dung, vai trò, nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động liên kết giữa các chủ thể thuộc địa phương khác nhau và giữa các chủ thể trong cùng một địa phương ở vùng, lãnh thổ tham gia vào hoạt động liên kết kinh tế trong phát triển CBT ở các khâu: “sản xuất - phân phối - trao đổi - tiêu dùng” sản phẩm, dịch vụ CBT.

- *Phạm vi về thời gian*: Việc nghiên cứu đánh giá thực trạng được tiến hành cho giai đoạn 05 năm (từ năm 2019 đến năm 2023). Các giải pháp được đề xuất cho giai đoạn đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045.

- *Phạm vi về không gian*: Luận án nghiên cứu các hình thức liên kết kinh tế trong phạm vi cấp vùng, lãnh thổ. Phạm vi không gian cấp vùng, lãnh thổ được khảo sát, đánh giá thực trạng trong luận án được hiểu là ở vùng ĐBSCL của Việt Nam, trong đó luận án chọn điểm nghiên cứu điển hình ở

một số địa phương có hoạt động CBT tại các tỉnh, thành phố trong vùng bảo đảm đáp ứng yêu cầu cho từng hình thức liên kết được đề cập trong luận án.

4. Cơ sở lý luận và phương pháp nghiên cứu

4.1. Cơ sở lý luận

Luận án nghiên cứu dựa trên nền tảng lý luận của chủ nghĩa Mác - Lênin, tư tưởng Hồ Chí Minh; quan điểm, chủ trương của Đảng, chính sách pháp luật của Nhà nước và các lý thuyết kinh tế tiêu biểu về liên kết kinh tế giữa các chủ thể tham gia.

4.2. Phương pháp nghiên cứu

Trên cơ sở phương pháp luận của chủ nghĩa duy vật biện chứng, chủ nghĩa duy vật lịch sử của chủ nghĩa Mác - Lênin, luận án sử dụng phương pháp trừu tượng hóa khoa học để tìm ra bản chất của liên kết kinh tế giữa các chủ thể thuộc địa phương khác nhau và giữa các chủ thể trong cùng một địa phương ở vùng, lãnh thổ tham gia vào hoạt động liên kết kinh tế trong phát triển CBT. Phương pháp sử dụng chủ yếu ở chương 2 để phân tích cơ sở lý luận. Ngoài ra, phương pháp này còn sử dụng ở chương 3 và chương 4 trên cơ sở khung cơ sở lý luận đã được xây dựng ở chương 2.

Các phương pháp cụ thể:

(1) Phân tích - tổng hợp, phương pháp logic kết hợp với lịch sử

Phân tích là một vấn đề cần thiết để giải thích theo phương pháp truy nguyên nhằm nhận thức quá trình hình thành, phát triển các hiện tượng, quá trình kinh tế... trong các giai đoạn khác nhau của quá trình phát triển. Điểm kết thúc của sự phân tích là tổng hợp, tổng hợp để đi từ cái cụ thể, tản mạn đến sự khái quát hình thành khái niệm, phạm trù lý luận. Phương pháp được sử dụng ở Chương 1 để tổng quan tình hình nghiên cứu, từ đó rút ra những vấn đề đã được nghiên cứu trước đó và “khoảng trống” của đề tài. Phương pháp này sử dụng ở Chương 2 để xây dựng cơ sở lý luận. Ngoài ra, luận án cũng phân tích cơ sở lý luận và thực tiễn đề ra các giải pháp ở Chương 4.

(2) Phương pháp nghiên cứu liên ngành được sử dụng ở Chương 1 để tổng quan tình hình nghiên cứu trên cơ sở chuyên ngành kinh tế chính trị nhưng đặt trong mối quan hệ với các chuyên ngành khác có liên quan như kinh tế phát triển, quản lý kinh tế, địa lý, du lịch, nông nghiệp,...

(3) Phương pháp thống kê và so sánh, diễn dịch và quy nạp được sử dụng ở Chương 3 nhằm làm rõ thực trạng của vấn đề nghiên cứu, từ đó rút ra những thành công, hạn chế và nguyên nhân của thành công, hạn chế.

(4) Phương pháp thu thập tài liệu và số liệu

- Thu thập dữ liệu thứ cấp: Thu thập tài liệu trong và ngoài nước qua các công trình khoa học đã được công bố, qua các số liệu thống kê và các tài liệu công bố chính thức của các cơ quan nhà nước, bộ, ngành, địa phương,...

- Thu thập dữ liệu sơ cấp: Thực hiện 350 phiếu điều tra thu thập thông tin với năm loại mẫu phiếu khảo sát, phỏng vấn: *i*) Các hộ nông dân đã hoặc đang làm CBT ở các tỉnh, thành vùng ĐBSCL (50 phiếu); *ii*) Các hộ nông dân chưa làm CBT ở các tỉnh, thành vùng ĐBSCL (60 phiếu); *iii*) Các doanh nghiệp CBT ở vùng ĐBSCL có liên kết kinh tế với các hộ nông dân làm CBT (25 phiếu); *iv*) Du khách (210 phiếu); *v*) Chuyên gia, nhà khoa học, quản lý trong lĩnh vực (05 phiếu). Quy mô mẫu/số phiếu được sử dụng phương pháp của Yamane Taro (1967) để tính cỡ mẫu, với công thức: $n = N/(1+N*e^2)$. Trong đó: n là cỡ mẫu cần xác định cho nghiên cứu; N là kích thước tổng thể; e là mức sai số chấp nhận. Phiếu khảo sát được xây dựng trên cơ sở khung lý luận đã được xác định trong Chương 2, đồng thời được thiết kế với các câu trả lời theo thang đo Likert 5 của Rensis Likert (1932), với 05 mức độ tăng dần tương ứng với từng câu hỏi.

Ngoài việc phát phiếu để thu thập dữ liệu sơ cấp, luận án còn sử dụng phương pháp nghiên cứu thực địa để quan sát, trao đổi trực tiếp với các chủ thể tại các khu CBT ở vùng ĐBSCL và trao đổi trực tiếp với những chuyên gia có kinh nghiệm trong nghiên cứu và thực tiễn làm CBT.

Phương pháp này được sử dụng chủ yếu ở Chương 3 nhằm cung cấp các luận cứ phân tích và rút ra kết quả đạt được cũng như những hạn chế, yếu kém và nguyên nhân của thực trạng vấn đề nghiên cứu.

5. Những đóng góp mới của luận án

Một là, luận án xây dựng khái niệm liên kết giữa các chủ thể ở vùng, lãnh thổ trong phát triển CBT với nội hàm là sự hợp tác, liên kết các chủ thể trong vùng, lãnh thổ trên cơ sở phân công lao động xã hội, chuyên môn hóa, hợp tác hóa nhằm khai thác nguồn lực, lợi thế, tiềm năng và sự khác biệt để phát triển CBT hướng tới tối đa hóa lợi ích cho các chủ thể.

Đồng thời, làm rõ nội hàm liên kết giữa các chủ thể ở vùng, lãnh thổ trong phát triển CBT ở 02 phạm vi liên kết : (1) Liên kết kinh tế các chủ thể thuộc những địa phương khác nhau trong vùng, lãnh thổ. Một số chủ thể cơ bản khác trong phạm vi này được trừu tượng hóa, luận án giới hạn phạm vi nghiên cứu, chỉ đề cập đến các chủ thể: chính quyền các địa phương, các hiệp hội du lịch và các doanh nghiệp du lịch đang hoạt động tại các địa phương; (2) Liên kết kinh tế các chủ thể trong cùng một địa phương của vùng, lãnh thổ. Những chủ thể cơ bản, trung gian như: đại lý du lịch, hợp tác xã, tổ hợp tác... được trừu tượng hóa, luận án giới hạn phạm vi nghiên cứu, chỉ đề cập đến ba chủ thể: chính quyền địa phương, doanh nghiệp du lịch và hộ nông dân trong cộng đồng.

Hai là, đánh giá thực trạng tình hình liên kết kinh tế giữa các chủ thể trong phát triển CBT ở vùng ĐBSCL giai đoạn 2019 - 2023, làm rõ những kết quả đạt được, hạn chế và nguyên nhân để có cơ sở đề xuất giải pháp phù hợp. Cụ thể: (1) Đánh giá những kết quả đạt được về thời gian, độ bền vững và quy mô liên kết kinh tế giữa các chủ thể trong phát triển CBT ở vùng ĐBSCL; hiệu quả của liên kết kinh tế trong phát triển CBT ở vùng ĐBSCL (hiệu quả kinh tế, văn hóa - xã hội và môi trường); (2) Đánh giá những hạn chế của các hoạt động liên kết giữa các chủ thể thuộc địa phương khác nhau ở vùng

ĐBSCL và hoạt động liên kết các chủ thể trong cùng một địa phương của vùng ĐBSCL.

Ba là, đề xuất 02 quan điểm lớn và 03 nhóm giải pháp nhằm thúc đẩy liên kết kinh tế trong phát triển CBT ở vùng ĐBSCL đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045 gắn với 02 phạm vi liên kết đã được xác định.

6. Ý nghĩa khoa học và thực tiễn của đề tài nghiên cứu

6.1. Ý nghĩa khoa học

Tổng kết sự phát triển về mặt lý luận từ các kết quả nghiên cứu đã công bố liên quan đến liên kết kinh tế trong phát triển CBT; Bổ sung phát triển lý luận nhận thức bằng những kết quả nghiên cứu mới của đề tài luận án về liên kết kinh tế giữa các chủ thể ở vùng, lãnh thổ tham gia vào hoạt động liên kết kinh tế trong phát triển CBT; Cung cấp thêm phương pháp luận cho nghiên cứu về liên kết kinh tế giữa các chủ thể trong phát triển CBT trên địa bàn vùng, lãnh thổ.

6.2. Ý nghĩa thực tiễn

Từ kinh nghiệm của một số vùng trong và ngoài nước, đúc rút được bài học cho vùng ĐBSCL. Những kết quả phân tích, đánh giá về thành công, hạn chế và chỉ ra nguyên nhân về tình hình liên kết kinh tế trong phát triển CBT ở vùng ĐBSCL giai đoạn 2019 - 2023; các quan điểm, giải pháp được nghiên cứu đề xuất trong luận án có giá trị khoa học đáng tin cậy để tham khảo trong việc xây dựng các chủ trương, chính sách phát triển CBT nói chung và phát triển CBT ở vùng ĐBSCL nói riêng.

7. Kết cấu của luận án

Ngoài phần mở đầu, kết luận, danh mục các công trình nghiên cứu của tác giả đã công bố kết quả nghiên cứu luận án, danh mục tài liệu tham khảo và phụ lục, luận án gồm 4 chương, 10 tiết.

Chương 1

TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU LIÊN QUAN ĐẾN VẤN ĐỀ LIÊN KẾT KINH TẾ TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỘNG ĐỒNG TRÊN ĐỊA BÀN VÙNG, LÃNH THỔ

1.1. NHỮNG CÔNG TRÌNH NGHIÊN CỨU TIÊU BIỂU CỦA CÁC TÁC GIẢ CÓ LIÊN QUAN ĐẾN VẤN ĐỀ LIÊN KẾT KINH TẾ TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỘNG ĐỒNG TRÊN ĐỊA BÀN VÙNG, LÃNH THỔ

1.1.1. Những công trình nghiên cứu có liên quan về vấn đề phát triển du lịch cộng đồng

1.1.1.1. Những công trình nghiên cứu về vai trò, lợi ích của việc phát triển du lịch cộng đồng

Quyển sách “*Du lịch cộng đồng lý thuyết và vận dụng*” của tác giả Võ Quế (2006) đã đề cập đến lợi ích của CBT mang lại khi cộng đồng tham gia trực tiếp cung cấp các dịch vụ cho du khách, đồng thời các thành viên khác cũng được hưởng lợi từ sự đóng góp của du lịch; CBT mang lại cơ hội cho các thành viên của cộng đồng trong việc bảo tồn nguồn tài nguyên, môi trường và văn hóa; giúp cho cộng đồng địa phương được hưởng lợi từ sự phát triển hạ tầng kinh tế - xã hội và cải thiện môi trường [98]. Quyển sách “*Du lịch cộng đồng*” của tác giả Bùi Thị Hải Yến và các cộng sự (2012) đã đề cập đến lợi ích, vai trò của CBT như: tôn tạo, bảo tồn và phát huy tài nguyên du lịch; đa dạng hóa, nâng cao chất lượng và hạ giá thành sản phẩm; xóa đói, giảm nghèo, góp phần giúp phát triển cộng đồng địa phương [149].

Xung quanh khía cạnh vai trò, lợi ích của việc phát triển CBT, nhiều tác giả cho rằng CBT có thể giúp giảm nghèo nhanh cùng với các chính sách pháp luật của nhà nước. Những gia đình tham gia CBT có mức thu nhập cao hơn từ 2 - 2,5 lần gia đình thuần nông (Trọng Hoàng (2010), *Mối lo về sức hấp dẫn của du lịch cộng đồng*) [40]. Tác giả Tuệ Nam (2011), trong bài viết

“*Du lịch cộng đồng hướng đi mới cho nông dân*” cho rằng CBT là hướng đi mới cho phát triển kinh tế trong tương lai, góp phần, tạo việc làm, giảm nghèo nâng cao dân trí, bảo vệ tài nguyên thiên nhiên, giá trị truyền thống văn hóa, nét đẹp sinh hoạt cổ xưa [75]. Tác giả Đỗ Thúy Mùi (2015), trong bài viết “*Những giải pháp về nguồn lao động cho phát triển du lịch cộng đồng vùng Tây Bắc*” cũng chỉ ra CBT góp phần xóa đói, giảm nghèo, chuyển dịch cơ cấu kinh tế nông thôn; CBT sẽ góp phần phát triển hạ tầng du lịch, từ đó người dân trong cộng đồng sẽ được hưởng lợi; góp phần quan trọng trong việc bảo vệ môi trường và giữ gìn tài nguyên thiên nhiên, phục hồi phát huy giá trị văn hóa truyền thống, nghề truyền thống, tạo điều kiện đẩy mạnh giao lưu văn hóa giữa các vùng miền và với các nước trên thế giới; thông qua việc xây dựng hạ tầng và cơ sở kỹ thuật để phục vụ du lịch sẽ góp phần thay đổi diện mạo nông thôn [72]. Tác giả Nguyễn Văn Lư (2015), trong bài viết “*Du lịch và sự phát triển của cộng đồng*” cho rằng việc phát triển loại hình du lịch này cần hướng tới mục tiêu giảm nghèo, tăng giàu có cho địa phương thì dứt khoát phải theo hướng bền vững, có trách nhiệm [66].

Mặt khác, CBT còn là hoạt động tương hỗ giữa các đối tác liên quan nhằm mang lại lợi ích về kinh tế cho cộng đồng dân cư địa phương, bảo vệ được môi trường và mang đến cho du khách kinh nghiệm mới góp phần thực hiện mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội của địa phương có dự án (tác giả Dương Thị Hồng Nhung (2010), *Giải pháp nhằm phát triển du lịch có trách nhiệm tại Việt Nam*) [81].

Bàn về các lợi ích của việc phát triển CBT, tác giả Thái Thảo Ngọc (2016), trong bài viết “*Lợi ích và các định hướng sự phát triển du lịch cộng đồng tại Quảng Nam*” cho rằng CBT có thể tạo thu nhập bền vững; nâng cao nhận thức về bảo vệ và gìn giữ môi trường, tài nguyên thiên nhiên; bảo tồn, phát huy văn hóa truyền thống [78].

Cũng từng đề cập đến vai trò, lợi ích phát triển CBT, tác giả Andrea Giampiccoli and Janet Hayward Kalis (2012), trong bài viết *Tourism, Food,*

and Culture: Community-Based Tourism, Local Food, and Community Development in Mpondolan (Du lịch, Ẩm thực và Văn hóa: CBT, Thực phẩm Địa phương và Phát triển Cộng đồng ở Mpondolan) [151] nhận định: Du lịch thường được coi là công cụ giảm nghèo, như một chiến lược khả thi để phát triển các cộng đồng nghèo. Có thể định vị CBT trong một chiến lược tổng thể hơn về đa dạng hóa sinh kế nông thôn. Hộ nghèo ở khu vực nông thôn sẽ đảm bảo nhu cầu thông qua sự kết hợp của các chiến lược sinh kế và CBT được xem là cách thức để thực hiện. Bên cạnh đó, văn hóa địa phương trở thành một nguồn tài nguyên du lịch sử dụng thực phẩm, nghệ thuật và thủ công làm điểm thu hút du lịch.

Ở một nghiên cứu khác, tác giả Amran Hamzah (2014), trong bài viết *Chapter 47: Critical Success Factors for Creating Community - Based Tourism (Chương 47: Các yếu tố thành công quan trọng để tạo ra CBT)* [150] cho rằng CBT là một hoạt động tương tác giữa khách và chủ tạo ra các lợi ích kinh tế, bảo tồn các cộng đồng và môi trường địa phương. CBT đã được nhiều chính phủ ở các nước đang phát triển chấp nhận do tính tương thích của nó với các chương trình nghị sự xóa đói giảm nghèo của các quốc gia. Vì thế nên quan tâm nhiều hơn lợi ích phân phối trong CBT. Cộng đồng có thể hưởng lợi từ du lịch mà không cần phải trực tiếp tham gia và không cần phải sở hữu hoặc kiểm soát các doanh nghiệp.

1.1.1.2. Những công trình nghiên cứu về hình thức du lịch cộng đồng

Bàn về loại hình thức CBT, các tác giả thường đề cập đến các hình thức phát triển mạnh, thu hút được đông đảo người tham gia ở Việt Nam như: du lịch sinh thái, miệt vườn, du lịch nông nghiệp, homestay (Tuệ Nam (2011), *Du lịch cộng đồng hướng đi mới cho nông dân*) [75].

Ngoài ra, còn một số hình thức đặc trưng như: du lịch văn hóa, du lịch lịch sử, du lịch môi trường, du lịch tái sáng tạo,... (Đào Thị Minh Hương (2009), *Du lịch cộng đồng và phát triển*). Trong bài viết này, tác giả Đào Thị Minh Hương còn chỉ ra thông qua CBT đã hình thành các dịch vụ như: dịch

vụ dẫn đường cho khách du lịch, dịch vụ nghỉ trọ, dịch vụ cho khách chụp ảnh cùng, dịch vụ biểu diễn văn nghệ dân tộc, dịch vụ cung cấp lương thực, thực phẩm... [51].

Quyển sách “*Những điều cần biết về phát triển du lịch cộng đồng*” của tác giả Nguyễn Bảo Thoa (2015) đề cập đến các ba hình thức tự nguyện tham gia vào CBT như: cả cộng đồng tham gia trực tiếp; chỉ có một số bộ phận hoặc một số hộ trong cộng đồng tham gia; liên kết giữa một số thành viên với đối tác kinh doanh hoặc liên kết giữa các thành viên trong cộng đồng. Trong quá trình tham gia này, các hộ gia đình và doanh nghiệp du lịch đã phối hợp sản xuất hàng hóa, dịch vụ trong cộng đồng và bán hàng cho du khách, sau đó chia sẻ lại cho cộng đồng. Tuy nhiên, hộ nông dân thường thiếu kiến thức, kỹ năng nên kết quả đạt được còn hạn chế [115].

Tác giả Salem Al-Oun and Majd Al-Homoud (2008), trong bài viết *The Potential for Developing Community-based Tourism among the Bedouins in the Badia of Jordan* (*Tiềm năng phát triển CBT của những người Bedouin ở Badia of Jordan*) [164] đề cập đến việc thiết lập hình thức CBT có sự tham gia của người dân địa phương và mở rộng và phát triển du lịch nhằm phát huy và sử dụng các văn hóa dân gian, khảo cổ học góp, xây dựng nhà nghỉ, xây dựng một ngôi làng di sản. Điều đó sẽ tạo ra thu nhập và mang lại cho cộng đồng địa phương có thêm nguồn thu, từ đó tác động tích cực đến nền kinh tế khu vực và quốc gia.

1.1.1.3. Những công trình nghiên cứu về nội dung và tiêu chí đánh giá sự phát triển du lịch cộng đồng

Tác giả Đặng Trung Kiên (2020), trong bài viết “*Vận dụng lý thuyết nấc thang nhu cầu của Maslow đối với sự phát triển sản phẩm du lịch cộng đồng tiểu vùng Tây Bắc*” đã xây dựng được một bộ thước đo đánh giá sự phát triển CBT cho tiểu vùng Tây Bắc. Nhân tố dịch vụ điểm đến, kết cấu hạ tầng được đánh giá trên ba khía cạnh là hạ tầng, dịch vụ cơ bản; hạ tầng, dịch vụ

lưu trú; hạ tầng, dịch vụ bổ sung. Hai tiêu chí đánh giá là: có điểm tiếp đón và hướng dẫn du khách tại đầu mỗi bản (cho biến cơ sở hạ tầng và dịch vụ cơ bản) và các thông tin về sản phẩm địa phương được trích dẫn rõ ràng trên từng sản phẩm (cho biến cơ sở hạ tầng và dịch vụ bổ sung) [56].

Tiếp cận tiêu chí đánh giá sự phát triển của CBT, tác giả Seweryn Zielinski, Seong-il Kim, Camilo Botero and Andrea Yanes (2020), trong bài viết *Factors that facilitate and inhibit community-based tourism initiatives in developing countries (Các yếu tố tạo điều kiện và hạn chế các sáng kiến CBT trong việc phát triển các khu vực)* [165] đã dựa trên 77 yếu tố thu được, một phương pháp luận để đánh giá các sáng kiến CBT được đề xuất có thể dùng làm khuôn khổ để: (1) Đánh giá các sáng kiến về tính khả thi của chúng đối với CBT, hiệu suất và các vấn đề cần thực hiện của cấp quản lý; (2) So sánh hiệu suất của các sáng kiến khác nhau; (3) Ưu tiên các yếu tố cho sự thành công của CBT; (4) Thống kê và phân tích mối quan hệ giữa các yếu tố. Nghiên cứu chỉ ra rằng mặc dù một số nghiên cứu trước đây đã đưa ra các yếu tố thành công và các rào cản đối với CBT, nhưng có rất ít công trình được công bố để tạo ra một khuôn khổ chung để đánh giá các sáng kiến CBT.

1.1.1.4. Những công trình nghiên cứu về các yếu tố ảnh hưởng đến sự phát triển du lịch cộng đồng

Liên quan đến các yếu tố ảnh hưởng đến sự phát triển CBT, có khá nhiều tác giả nghiên cứu, tuy nhiên có thể đề cập đến các yếu tố ảnh hưởng điển hình ở một số công trình sau: (1) Dựa vào quan niệm “Du lịch cộng đồng là kết hợp giữa du lịch dân tộc và du lịch văn hóa” vì thế sự tác động tích cực và tiêu cực do CBT mang đến đều ảnh hưởng đến các phương diện kinh tế, văn hóa, xã hội, tới sự phát triển của các cộng đồng dân tộc tại địa phương (Đào Thị Minh Hương (2009), *Du lịch cộng đồng và phát triển*) [51]; (2) Dựa vào lý thuyết 05 nấc thang nhu cầu của Maslow cho thấy sự mong đợi và nhu cầu của khách du lịch và sự tham gia của cư dân cộng đồng là yếu tố ảnh

hưởng lớn đến sự phát triển sản phẩm CBT: nhu cầu sinh lý, nhu cầu về quan hệ xã hội, nhu cầu được tôn trọng khách, nhu cầu cần được thể hiện (Đặng Trung Kiên (2017), *Vận dụng lý thuyết nấc thang nhu cầu của Maslow đối với sự phát triển sản phẩm du lịch cộng đồng tiểu vùng Tây Bắc*) [56]; (3) Có 5 nhân tố của vốn sinh kế tác động đến sự phát triển CBT đó là các loại vốn: vốn con người, thể chế, tài nguyên, xã hội, kinh tế. Trong đó vốn con người đóng góp vai trò đầu tiên cơ bản và quan trọng nhất (Phạm Thị Hương (2019), *Đánh giá tác động của vốn sinh kế tới phát triển du lịch cộng đồng huyện Ba Vì, Hà Nội*) [54]; (4) Để CBT phát triển phải nhờ sự tương tác tối đa với khách, vận dụng truyền thông, chủ động tìm kiếm quan hệ hợp tác với công ty du lịch và cung cấp các sản phẩm du lịch đa dạng (Nguyễn Công Thảo (2019), *Một mô hình, nhiều con đường: bài học từ hoạt động du lịch cộng đồng ở huyện A Lưới, tỉnh Thừa Thiên Huế*) [109]; (5) Trên tất cả các phương diện kinh tế, xã hội, môi trường thì sự tham gia của người dân địa phương là yếu tố quan trọng, quyết định sự thành công cũng như tính bền vững của CBT (Nguyễn Công Thảo, Nguyễn Thị Thanh Bình (2019), *Du lịch cộng đồng trên thế giới: Một số vấn đề lý luận và thực tiễn*) [110]; (6) Yếu tố văn hóa bản địa - trong yếu tố này tác giả Nguyễn Công Viện (2020), trong luận án tiến sĩ “*Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách du lịch cộng đồng vùng Tây Bắc*” chỉ ra sự hài lòng của du khách khi bị tác động bởi yếu tố chất lượng điểm đến là tổng thể các yếu tố thuộc điểm đến (môi trường tham quan, kết cấu hạ tầng, văn hóa bản địa, điều kiện tự nhiên, giá cả), ngoài ra còn chịu ảnh hưởng tích cực bởi các yếu tố văn hóa bản địa, môi trường, sự hấp dẫn của tự nhiên,... Trong đó, yếu tố văn hóa là yếu tố mang tính đặc trưng nổi bật, tạo ra sự hấp dẫn đối với du khách [141].

Tác giả Hoàng Ngọc Hải, Chu Thị Lê Anh (2020), trong quyển sách “*Du lịch cộng đồng ở tỉnh Tuyên Quang*” đã chỉ ra các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển loại hình du lịch này gồm các nhân tố trực tiếp như: cộng đồng

dân cư; chính quyền địa phương; các tổ chức cá nhân tài trợ, các tổ chức thuộc chính phủ và phi chính phủ, các nhà khoa học; các doanh nghiệp kinh doanh lữ hành và cung ứng dịch vụ du lịch; khách du lịch. Ngoài các nhân tố trực tiếp còn có các nhân tố gián tiếp như: chủ trương, chính sách và kế hoạch phát triển CBT; tài nguyên, thiên nhiên; năng lực và mức độ tham gia của cộng đồng; nguồn cầu về du lịch trong CBT; sự hỗ trợ, giúp đỡ của các tổ chức phi chính phủ về nhân lực, tài chính và kinh nghiệm phát triển CBT [25].

Mặt khác, thời kỳ hậu Covid-19 đã tác động đến mọi mặt đời sống kinh tế - xã hội, trong đó có lĩnh vực du lịch du lịch. Tác giả Trần Thị Thu Huyền, Hà Thanh Tú (2021), trong bài viết “*Sáng tạo trải nghiệm du lịch cộng đồng trong “trạng thái bình thường mới” ở Việt Nam*” chỉ ra rằng CBT có rất nhiều thuận lợi dựa trên những nhu cầu và xu hướng này để thiết kế, sáng tạo ra những trải nghiệm du lịch đáng nhớ trong “trạng thái bình thường mới” sau khi kiểm soát được dịch bệnh Covid-19 [49].

Một nghiên cứu của tác giả Andrea Yanes, Seweryn Zielinski, Marlenny Diaz Cano and Seong-il Kim (2019), trong bài viết *Community-Based Tourism in Developing Countries: A Framework for Policy Evaluation (Du lịch cộng đồng ở các nước đang phát triển: Khung đánh giá chính sách, tính bền vững)* [152] cho rằng, nhiều nước đang phát triển đã nhận ra tiềm năng của họ để phát triển du lịch chính là tài nguyên thiên nhiên. Tuy nhiên, các chính sách được xây dựng nhằm cung cấp một khuôn khổ cho phát triển du lịch sinh thái và hòa nhập xã hội lành mạnh hóa ra lại là yếu cho CBT phát triển. Có một loạt các điều kiện dẫn đến thất bại hay thành công cần được tính đến là trong các chính sách quốc gia cần đảm bảo sự tham gia có ý nghĩa của cộng đồng. Kinh nghiệm quốc tế chỉ ra rằng rào cản đối với sự phát triển CBT của các nước đang phát triển là tương tự nhau trên toàn thế giới.

Seweryn Zielinski, Yoonjeong Jeong and Celene B. Milanés (2020), *Factors that influence community-based tourism (CBT) in developing and developed countries (Các yếu tố ảnh hưởng đến CBT ở các nước đang phát*

triển và phát triển) [165], bài viết phân tích nội dung định hướng của các nghiên cứu điển hình về CBT ở 48 quốc gia đang phát triển và 37 quốc gia phát triển cho thấy rằng một số khác biệt này khác nhau theo hướng thuận lợi hoặc bất lợi cho các quốc gia đang phát triển hoặc đã phát triển. Đồng thời, quyền sở hữu tập thể về đất đai và sáng kiến du lịch có thể mang lại những lợi thế nhất định cho cộng đồng địa phương ở các quốc gia đang phát triển khi nó mang lại cho họ quyền kiểm soát đất đai, du lịch và tài nguyên thiên nhiên, độc lập trong việc ra quyết định, quản lý và có sự phân phối lợi ích rộng rãi hơn.

1.1.1.5. Những công trình nghiên cứu về các giải pháp phát triển du lịch cộng đồng

Các công trình nghiên cứu, bài viết đã đề ra nhiều các giải pháp phát triển CBT, điển hình có các giải pháp được đề cập như:

(1) Pháp đã phát huy lợi thế và tiềm năng du lịch của cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài để đẩy mạnh cho CBT ở Việt Nam phát triển thông qua những chuyến thăm thân du lịch về cội nguồn, kiêu bào sử dụng và qua đó đã gián tiếp thực hiện việc quảng bá du lịch, đồng thời đầu tư hạ tầng, kỹ thuật phục vụ phát triển du lịch, môi giới và đào tạo nguồn nhân lực du lịch Việt Nam (Nguyễn Văn Lưu (2010), *Phát huy tiềm năng của cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài để đẩy mạnh phát triển du lịch*) [65].

(2) Địa phương cần đánh giá lợi thế, tiềm năng và tài nguyên du lịch tại địa phương để ra các quyết định và cần chủ động liên kết với các đối tác để tổ chức quản lý khai thác và tham gia công tác bảo tồn (Dương Thị Hồng Nhung (2010), *Giải pháp nhằm phát triển du lịch có trách nhiệm tại Việt Nam*) [81].

(3) Tăng cường và nâng cao hiệu lực quản lý nhà nước về du lịch trên địa bàn thông qua việc đề ra các cơ chế, chính sách, đồng thời tăng cường tuyên truyền, kiểm tra, hướng dẫn thực hiện; phân chia hợp lý lợi ích từ hoạt động du lịch ở địa phương; phát triển hoạt động kinh doanh du lịch trên địa bàn; thu hút sự tham gia của cộng đồng dân cư vào hoạt động du lịch; phát

huy sự tham gia của doanh nghiệp du lịch (Nguyễn Văn Lư (2015), *Du lịch và sự phát triển của cộng đồng*) [66].

(4) Phải xây dựng kế hoạch, quy hoạch tổng thể để phát triển loại hình du lịch này; đầu tư thích đáng cho việc giữ gìn, bảo tồn các giá trị văn hóa, truyền thống; nhà nước cần quan tâm hơn nữa đến công tác phát triển cộng đồng; xây dựng kết cấu hạ tầng, phát triển các loại hình dịch vụ cho cộng đồng; có kế hoạch đào tạo nguồn nhân lực, giáo dục việc giữ gìn, bảo vệ tài nguyên thiên nhiên, môi trường (Đỗ Thúy Mùi (2015), *Tiềm năng và giải pháp phát triển du lịch cộng đồng ở tỉnh Sơn La*) [73].

(5) Phát triển CBT cần phải đặt lợi ích thiết thực của cộng đồng lên trước hết; cần có chính sách phát huy, bảo tồn phát huy các giá trị văn hóa truyền thống; xây dựng thương hiệu du lịch vùng, địa phương; tăng cường sự kết nối, xúc tiến đầu tư và quảng bá du lịch của chính quyền cấp tỉnh, huyện, các doanh nghiệp du lịch và hợp tác giữa các địa phương; phát triển nguồn nhân lực bằng cách tổ chức các khóa tập huấn, đào tạo kỹ năng phục vụ và dạy tiếng ngoại ngữ cho các chủ thể làm du lịch (Đào Minh Anh, Vũ Nam, (2018), *Phát triển du lịch cộng đồng tại thôn Nậm Dăm - xã Quán Bạ - Tỉnh Hà Giang*) [6].

(6) Phát triển nguồn nhân lực, đầu tư xây dựng kết cấu hạ tầng du lịch nhất là hạ tầng về giao thông, tăng cường quảng bá, xúc tiến CBT, thiết lập mô hình quản lý, hướng đến xây dựng liên kết trong phát triển CBT tại địa phương, phát triển đa dạng các sản phẩm du lịch (Nguyễn Quang Hợp (2020), *Phát triển du lịch cộng đồng ở khu vực phía Tây tỉnh Hà Giang: Tiềm năng cơ hội và thách thức*) [41].

(7) Tăng cường tuyên truyền, nâng cao nhận thức của người dân, chú trọng nâng cao chất lượng nguồn nhân lực quản lý nhà nước về du lịch, thu hút đầu tư để phát triển kết cấu hạ tầng du lịch, tăng cường công tác quản lý nhà nước, tổ chức hoạt động xúc tiến, quảng bá du lịch với tính chuyên nghiệp trên

cơ sở ứng dụng công nghệ thông tin hiện đại (Vương Mạnh Toàn (2020), *Một số giải pháp phát triển du lịch sinh thái cộng đồng ở huyện Bá Thước, tỉnh Thanh Hóa*) [125].

(8) Xây dựng và hoàn thiện cơ chế, chính sách, bộ máy quản lý; tư vấn thông tin, hỗ trợ hoạt động CBT; nâng cao nhận thức cho các chủ thể; bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa, tài nguyên; nâng cao chất lượng nguồn nhân lực và sản phẩm du lịch; nghiên cứu, tiếp thị thị trường và xúc tiến, quảng bá CBT; quản lý mô hình CBT (Lê Văn Đính (2021), *Thực trạng và giải pháp phát triển du lịch cộng đồng ở tỉnh Quảng Nam*) [19].

(9) Phát triển đa dạng các sản phẩm du lịch; phát triển thị trường, quảng bá thương hiệu cho phát triển CBT; tăng cường đầu tư và thu hút vốn đầu tư; đào tạo và phát triển nguồn nhân lực; tăng cường liên kết, hợp tác trong phát triển CBT - giải pháp này đề cập đến việc thiết lập một hệ thống hành chính ngân hàng để quản lý có hiệu quả; tăng cường liên kết với các cơ quan nghiên cứu; liên kết các cơ sở đào tạo và doanh nghiệp du lịch để đào tạo nhân lực; tăng cường liên kết với tập đoàn lớn để đẩy mạnh hợp tác quốc tế (Trần Thị Vân Anh, Nguyễn Thảo Nguyên (2020), *Phát triển du lịch cộng đồng tại thôn Năm Dăm - xã Quán Bạ - tỉnh Hà Giang*) [3].

1.1.2. Những công trình nghiên cứu của các tác giả có liên quan về vấn đề phát triển du lịch cộng đồng ở vùng đồng bằng sông Cửu Long

1.1.2.1. Những công trình nghiên cứu về điểm mạnh, tiềm năng, lợi thế trong phát triển du lịch cộng đồng ở vùng đồng bằng sông Cửu Long

Nghiên cứu về điểm mạnh, tiềm năng, lợi thế phát triển CBT, nhiều tác giả chỉ ra như sau:

ĐBSCL là vùng đất mới, với những dấu ấn độc đáo của những dòng văn hóa các tộc người Việt, Hoa, Khmer, Chăm: một nền văn hóa cổ Phù Nam tồn tại dưới dạng những di tích cùng với nền văn minh lúa nước độc đáo... đã trở thành một điểm đến hấp dẫn đối với du khách trong nước và quốc tế. Tác giả

cho rằng du lịch sinh thái, CBT ở ĐBSCL chưa được khai thác hết lợi thế vốn có vì thế Vùng rất cần một chiến lược (Phạm Văn Đẩu (2007), *Từ cách làm du lịch sinh thái của nông dân Vĩnh Long, nghĩ về sự phát triển du lịch ĐBSCL*) [18]. Đồng thời, cộng đồng người Khmer ở An Giang có tiềm năng phát triển CBT, cải thiện đời sống cư dân, đẩy mạnh xây dựng nông thôn mới (Đào Ngọc Cảnh, Ngô Thị Ái Thi (2018), *Phát triển du lịch nông thôn dựa vào cộng đồng người Khmer ở huyện Tịnh Biên, tỉnh An Giang*) [10].

Bên cạnh đó, ĐBSCL có tiềm năng phát triển CBT như: đa dạng về hệ sinh thái như: biển, đảo, đất ngập nước, cửa sông, rừng ngập mặn, cù lao châu thổ, với nhiều khu bảo tồn thiên nhiên có tính đa dạng sinh học cao, vườn quốc gia và khu dự trữ sinh quyển; ĐBSCL nằm ở hạ lưu sông Mê Kông thuận lợi cho du lịch bằng tàu, ghe len lỏi vào sâu trong các kênh rạch trải nghiệm cuộc sống mộc mạc, thơ mộng của người dân vùng sông nước; ĐBSCL có nhiều ưu đãi của thiên nhiên, là vùng đất hiền hòa, khí hậu mát mẻ, cây trái ngọt và nhiều sản vật thiên nhiên ban tặng, là vùng đất còn rất hoang sơ, có nhiều lợi thế để phát triển du lịch sinh thái, cộng đồng; ĐBSCL có nhiều tiềm năng về văn hóa đặc sắc đậm chất Nam Bộ (Trần Thị Xuân Mai (2017), *Du lịch vùng ĐBSCL tiềm năng và giải pháp phát triển*) [69]. Tài nguyên sinh thái sông nước miệt vườn cùng với di tích lịch sử - văn hóa đã mở ra không gian đặc trưng cho phát triển du lịch (Phạm Văn Luân (2021), *Quản lý di tích lịch sử - văn hóa trong phát triển du lịch ở tỉnh Bến Tre*) [64]. Có nhiều lợi thế trong phát triển nông nghiệp hưởng lợi dịch vụ hệ sinh thái rừng là lợi thế của hộ nông dân khi phát triển CBT gắn với hệ sinh thái rừng (Đặng Thị Thanh Quỳnh (2021), *Đánh giá giá trị dịch vụ hệ sinh thái rừng vùng núi tỉnh An Giang*) [102].

1.1.2.2. Những công trình nghiên cứu về điểm yếu, khó khăn, thách thức trong phát triển du lịch cộng đồng ở vùng đồng bằng sông Cửu Long

Khi đề cập đến điểm yếu, khó khăn, thách thức trong phát triển CBT ở ĐBSCL đa phần các tác giả có cùng chung quan điểm sau:

(1) Nguồn nhân lực thiếu về số lượng, thấp về chất lượng và không chuyên nghiệp điều này làm cho CBT ở ĐBSCL không thể phát triển nhanh, mạnh, đúng hướng.

(2) Sự thiếu liên kết và liên kết còn lỏng lẻo, hoạt động quảng bá, xúc tiến du lịch chưa đạt kết quả cao; kết nối giao thông còn rất hạn chế, thiếu sản phẩm, quà tặng lưu niệm theo nhu cầu du khách; làm du lịch theo thói quen sẵn có, khai thác tiềm năng sẵn có dẫn đến cạn kiệt tiềm năng và ít chịu đầu tư mới; nguồn nhân lực du lịch trực tiếp, gián tiếp và sự tự phát trong vùng chiếm gần 70%, hầu hết là không chuyên nghiệp (Trần Thị Xuân Mai (2017), *Du lịch vùng ĐBSCL tiềm năng và giải pháp phát triển*) [69].

(3) Chưa khai thác tốt tiềm năng, lợi thế phát triển du lịch; liên kết, hợp tác vùng còn yếu; chưa chuyên nghiệp trong hoạt động xúc tiến, tổ chức chương trình du lịch; kết cấu hạ tầng, điểm du lịch xuống cấp; đào tạo, bồi dưỡng nhân lực chưa đáp ứng yêu cầu (Ngô Nguyễn Hiệp Phước (2018), *Quản lý nhà nước về du lịch trên địa bàn thành phố Cần Thơ trong hội nhập quốc tế*) [87].

(4) Quản lý nhà nước về du lịch chưa xứng tầm với đòi hỏi của thời kỳ mới; nguồn nhân lực quản lý nhà nước về du lịch còn hạn chế về năng lực, chuyên môn; việc quy hoạch phát triển kết cấu hạ tầng du lịch chưa được quan tâm; chính sách hỗ trợ doanh nghiệp du lịch chưa hoàn thiện; thiếu chặt chẽ trong liên kết vùng giữa các tỉnh, thành trong việc khai thác tuyến, điểm du lịch; môi trường du lịch ở một số nơi đã xuống cấp, ô nhiễm (Trần Thị Xuân Mai (2017), *Du lịch vùng ĐBSCL tiềm năng và giải pháp phát triển*) [69].

(5) Những khó khăn nổi bật: biến đổi khí hậu; chất lượng sản phẩm du lịch; thách thức từ bùng nổ từ kỷ nguyên công nghệ số; khai thác du lịch chưa tương xứng với lợi thế, tiềm năng; khó khăn về kết cấu hạ tầng; thách thức về

nhân lực (Duong Trần Thanh Thủy (2019), *Phát triển DBSCL: Khó khăn, thách thức và giải pháp phát triển*) [124].

1.1.2.3. Những công trình nghiên cứu về các nhân tố tác động đến sự phát triển du lịch cộng đồng ở vùng đồng bằng sông Cửu Long

Nghiên cứu của tác giả Lê Minh Hiếu (2017), trong luận án tiến sĩ “*Phát triển du lịch ở Đồng Tháp trong hội nhập quốc tế*” cho rằng những nhân tố thu hút khách du lịch là sự thuận lợi tiếp cận điểm đến, quảng bá và xúc tiến du lịch, phát triển sản phẩm du lịch phù hợp với sự thay đổi về nhu cầu thị trường; nhận thức của các chủ thể có liên quan và sự tham gia của cộng đồng [36]. Bên cạnh đó tác giả Nguyễn Hoàng Phương (2017), trong luận án tiến sĩ “*Phát triển du lịch DBSCL trong hội nhập quốc tế*” cho rằng các nhân tố tác động đến phát triển du lịch như: sản phẩm du lịch, kết cấu hạ tầng, các hoạt động xúc tiến - quảng bá du lịch đến vấn đề đào tạo nguồn nhân lực, việc thu hút đầu tư cho du lịch,... [88].

Tác giả Nguyễn Công Thảo (2020), trong bài viết “*Trở ngại hay nguồn lực: Hai cách nhìn về phát triển du lịch cộng đồng của người Chăm ở An Giang*” cho rằng bản sắc văn hóa là trở ngại cho phát triển CBT của cộng đồng người Chăm. Văn hóa liên quan đến Hồi giáo bị nhìn nhận chưa phù hợp cho phát triển ngành “công nghiệp không khói” này, dù trên thực tế, nguyên nhân sâu xa nằm ở nhận thức của người dân, tập quán sinh kế truyền thống và sự tham gia chưa đầy đủ của các bên liên quan [111].

Tiếp cận ở góc độ quản trị kinh doanh, tác giả Nguyễn Huỳnh Phước Thiện (2021), trong luận án tiến sĩ “*Chiến lược Marketing địa phương nhằm thúc đẩy phát triển du lịch thành phố Cần Thơ*” đã đánh giá môi trường bên trong, bên ngoài như: sản phẩm du lịch, giá cả, phân phối, xúc tiến du lịch, nguồn nhân lực du lịch, quy trình cung cấp dịch vụ, cơ sở vật chất - hạ tầng du lịch, cộng đồng dân cư, chính quyền địa phương và năng lực marketing của doanh nghiệp du lịch đều có ảnh hưởng đến phát triển du lịch [113].

1.1.2.4. Những công trình nghiên cứu về các giải pháp phát triển du lịch cộng đồng ở vùng đồng bằng sông Cửu Long

Các giải pháp điển hình được nêu ra ở các công trình nghiên cứu liên quan đến CBT ở vùng ĐBSCL như sau:

(1) Đẩy mạnh liên kết, kết nối và quảng bá du lịch với các tỉnh, thành phố có vị trí trung tâm du lịch lớn của cả nước như Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh, Lâm Đồng, Quảng Ninh, thành phố Hải Phòng, Đà Nẵng, Khánh Hòa, Bà Rịa - Vũng Tàu... (Trần Thị Xuân Mai (2017), *Du lịch ĐBSCL tiềm năng và giải pháp phát triển*) [69].

(2) Đầu tư kết cấu hạ tầng du lịch và cần quan tâm liên kết du lịch ở vùng ĐBSCL. Vùng đã có tổ chức festival với mục đích tìm những liên kết nhưng chưa có tiếng nói chung. Các tỉnh đã thành lập công ty khai thác lữ hành ĐBSCL theo dạng cổ phần, đây là những tín hiệu tốt. Tuy nhiên, vấn đề nghiên cứu, quy hoạch, liên kết... là vấn đề vĩ mô cần sự hỗ trợ từ các bộ, ngành trung ương (Phạm Văn Đâu (2007), *Từ cách làm du lịch sinh thái của nông dân Vĩnh Long, nghĩ về sự phát triển du lịch ĐBSCL*) [18].

(3) Một số tỉnh, thành vùng ĐBSCL có thể chuyển dịch cơ cấu kinh tế sang dịch vụ nông - công nghiệp thay vì chỉ sản xuất nông sản, vùng có thể kinh doanh các dịch vụ đi cùng quá trình sản xuất đó giúp cho du khách khám phá, trải nghiệm (Đoàn Thị Mỹ Hằng, Bùi Thị Quỳnh Ngọc (2012), *Phát triển du lịch nông thôn ở vùng ĐBSCL: Đường đến cơ cấu kinh tế dịch vụ - nông - công nghiệp*) [30].

(4) Quan tâm đầu tư cơ sở vật chất, hạ tầng, giao thông công cộng; quy hoạch các khu du lịch, các tuyến du lịch trọng điểm; tăng cường công tác quảng bá, xúc tiến du lịch trong khu vực và quốc tế; xây dựng các loại hình sản phẩm du lịch độc đáo, đa dạng, hấp dẫn; đào tạo nguồn nhân lực chuyên nghiệp; bảo vệ môi trường, tài nguyên du lịch... (Nguyễn Phước Quý Quang (2017), *Phát triển du lịch bền vững thành phố Cần Thơ đến năm 2030*) [94].

(5) Thực hiện tốt các giải pháp quản lý du lịch ĐBSCL như: giải pháp về cơ chế chính sách quản lý du lịch, các điều kiện hoạt động quản lý và phát triển du lịch ĐBSCL như tuyên truyền, xúc tiến, quảng bá du lịch ở trong và ngoài nước, tạo lập giá trị thương hiệu; nâng cao sức cạnh tranh của sản phẩm du lịch ĐBSCL theo hướng đa dạng, chất lượng; khai thác và mở rộng các điểm trung bày sản phẩm du lịch (Hồ Diệu Mai (2018), *Giải pháp quản lý du lịch ĐBSCL tầm nhìn đến năm 2030*) [71].

(6) Nâng cao nhận thức của cộng đồng về bảo vệ môi trường tự nhiên, các giá trị truyền thống văn hóa của cộng đồng góp phần phát triển CBT đóng góp vào sự ổn định và nâng cao kinh tế - xã hội địa phương (Vòng Thành Nam (2019), *Tiềm năng phát triển du lịch cộng đồng ở tỉnh Kiên Giang*) [76].

(7) Xây dựng có hiệu quả các mô hình CBT, thực hiện tốt công tác quản lý, quảng bá, xúc tiến du lịch, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực; phát triển hạ tầng kỹ thuật; phát triển bền vững tài nguyên và môi trường (Nguyễn Hồng Hà, Hà Minh Thảo (2020), *Giải pháp phát triển du lịch cộng đồng của hộ gia đình tại huyện đảo Nam Du, tỉnh Kiên Giang*) [24].

1.1.3. Những công trình nghiên cứu có liên quan về liên kết kinh tế trong phát triển du lịch cộng đồng trên địa bàn vùng, lãnh thổ

1.1.3.1. Những công trình nghiên cứu về nội dung và tiêu chí đánh giá hiệu quả của liên kết kinh tế trong phát triển du lịch cộng đồng trên địa bàn vùng lãnh thổ

Nội dung của hoạt động liên kết kinh tế được xác định bao gồm việc xây dựng và tổ chức quản lý, thực hiện chương trình du lịch; đầu tư hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch; sử dụng và phát triển nguồn nhân lực du lịch (Nguyễn Việt Thái (2008), *Giải pháp phát triển liên kết du lịch giữa ba địa phương Hà Nội - Hải Phòng - Quảng Ninh*) [107]. Trong bài viết “*Liên kết phát triển du lịch cộng đồng vùng Tây Bắc*” của tác giả Đỗ Quỳnh Anh (2017) và trong luận án tiến sĩ “*Liên kết phát triển du lịch vùng Bắc*

Trung Bộ” của tác giả Trần Xuân Quang (2020) đã đề cập đến các nội dung liên kết phát triển CBT bao gồm: liên kết hợp tác về quảng bá, xúc tiến, xây dựng sản phẩm, lập kế hoạch định chính sách và tổ chức quản lý, huy động vốn đầu tư; xây dựng đồng bộ hạ tầng du lịch; rà soát quy hoạch phát triển du lịch phù hợp với thế mạnh của từng địa phương... [5], [95].

Quyển sách *“Liên kết kinh tế phát triển du lịch liên tỉnh miền Trung Việt Nam: lý luận và thực tiễn”* của tác giả Nguyễn Thị Minh Phượng, Thái Thị Kim Oanh (2020) đã đề cập đến vấn đề liên kết nội vùng và liên kết vùng trên cơ sở phân công lao động xã hội và lợi thế so sánh; các điều kiện để thực hiện liên kết kinh tế bao gồm: lợi thế so sánh, sự đồng thuận, đồng bộ về thể chế và quản trị của chính quyền các địa phương, hệ thống hạ tầng phát triển đồng bộ, các chủ thể hợp tác chặt chẽ; không gian địa lý kinh tế phù hợp. Ngoài ra, tác giả còn đề cập đến các tiêu chí đánh giá liên kết kinh tế trong phát triển du lịch bao gồm: mức độ tham gia liên kết; chương trình hoặc kế hoạch liên kết; thực tế triển khai chương trình/kế hoạch liên kết kinh tế; nhận thức và hiểu biết về liên kết du lịch [93].

Quyển sách *“Kinh tế tập thể và liên kết kinh tế nhìn từ mô hình hội quán tỉnh Đồng Tháp”* của tác giả Lê Minh Hoan, Bùi Văn Huyền (2022) đã đề cập đến việc sáng kiến thành lập mô hình “Hội quán” và đẩy mạnh hoạt động này nhằm thực hiện những đột phá chiến lược giai đoạn 2020 - 2025 là tăng cường hợp tác, liên kết để phát triển kinh tế nông nghiệp quy mô lớn, phát triển nông nghiệp thông minh; đẩy mạnh phát triển nghề truyền thống; mở rộng nhanh diện tích trồng cây ăn trái. Hội quán ban đầu từ việc tập hợp những hộ dân trồng nhãn, sau đó là những hội quán thuộc các lĩnh vực khác như: sản xuất lúa, xoài, chanh, cam; liên kết sản xuất các sản phẩm từ tre; Hội quán làm bột, Hội quán trồng hoa kiểng, Hội quán kinh doanh và hoạt động du lịch,... Qua đó đã có nhiều cách làm sáng tạo, xuất hiện nhiều mô hình liên kết kinh tế: “Cây xoài nhà tôi”, “Cây cam vườn tôi” và phát triển các điểm

đến như: vườn xoài, vườn sầu riêng,... các mô hình kết hợp sản xuất nông nghiệp và du lịch này giúp cho nhà vườn, hợp tác xã quảng bá thương hiệu, góp phần phát triển CBT. Cũng trong quyển sách này, tác giả đã đề cập đến tiêu chí đánh giá hiệu quả của liên kết kinh tế gồm 03 nhóm: hiệu quả kinh tế, hiệu quả xã hội và hiệu quả môi trường [39].

Luận án tiến sĩ “*Liên kết kinh tế trong phát triển lịch ở tỉnh Vĩnh Phúc*” của tác giả Nguyễn Hồng Nhung (2023) xác định có hình thức liên kết kinh tế theo chiều dọc và theo chiều ngang, liên kết ngành và chia thành ba phạm vi: hợp tác nội bộ địa phương, liên kết vùng cấp kinh doanh, cấp quản lý. Đồng thời, xác định có 06 nội dung liên kết và đây cũng là 06 tiêu chí đánh giá hiệu quả của hoạt động liên kết kinh tế trong phát triển du lịch [82].

1.1.3.2. Những công trình nghiên cứu về yếu tố ảnh hưởng đến liên kết kinh tế trong phát triển du lịch cộng đồng trên địa bàn vùng lãnh thổ

Tác giả Nguyễn Thị Thanh Ngân (2001), trong luận án tiến sĩ “*Quan hệ hợp tác giữa các bên có liên quan trong phát triển du lịch nông thôn theo hướng bền vững: Nghiên cứu trường hợp tại tỉnh Lâm Đồng*” đã chỉ ra rằng nhân tố “năng lực tham gia của các bên, đặc biệt người dân địa phương”, “quản lý và cơ chế chính sách”, “khả năng tiếp cận điểm đến” là nhân tố ảnh hưởng để sự phát triển bền vững của du lịch nông thôn [77]. Ở khía cạnh liên kết vùng, tác giả Nguyễn Minh Tuấn (2020), trong bài viết “*Các yếu tố ảnh hưởng và giải pháp đẩy mạnh liên kết phát triển vùng du lịch trong bối cảnh hiện nay*” chỉ ra các nhân tố: chính sách, quy hoạch, đơn vị cung ứng dịch vụ, kết cấu hạ tầng... có ảnh hưởng đến việc liên kết giữa các vùng du lịch với nhau [135].

Tác giả Trần Thị Huyền Trang (2017), trong luận án tiến sĩ “*Các yếu tố ảnh hưởng đến mối quan hệ hợp tác của công ty lữ hành với các nhà cung cấp trong chuỗi cung ứng du lịch*” đã chỉ ra các nhân tố ảnh hưởng, chi phối các thành phần của mối quan hệ hợp tác giữa công ty du lịch, lữ hành và chủ

thể cung cấp dịch vụ du lịch, đó là: sự cam kết; niềm tin; mối quan hệ cá nhân; ứng dụng công nghệ thông tin trong chuỗi; chính sách định hướng khách hàng; các đối tác không chỉ giúp các công ty liên kết các chức năng kinh doanh và quy trình hoạt động mang tính gắn kết cao mà còn giảm sự không chắc chắn, giảm chi phí thương lượng, cũng như chi phí tìm kiếm thị trường mới, thông qua đó giúp giảm chi phí giao dịch [126].

Bàn về yếu tố tác động đến quyết định tham gia CBT của người dân địa phương, tác giả Nguyễn Thị Quỳnh Hương, cùng cộng sự (2020), trong bài viết *“Các yếu tố tác động đến quyết định tham gia du lịch cộng đồng của người dân địa phương huyện Lâm Bình tỉnh Tuyên Quang”* đã chỉ ra 04 yếu tố gồm: (1) Yếu tố cá nhân: Mức độ gắn bó với quê hương, thu nhập cá nhân, lợi ích nhận được khi tham gia, sở thích làm du lịch, trình độ văn hóa, sự am hiểu về giá trị tài nguyên du lịch địa phương; (2) Tính hấp dẫn của điểm đến: Tài nguyên đặc sắc, phong phú; các sản phẩm du lịch đa dạng; giá cả tại điểm đến hợp lý; an ninh tại điểm đến tốt; hạ tầng cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch đầy đủ, tiện nghi; khả năng tiếp cận điểm đến thuận lợi; các hoạt động xúc tiến quảng bá điểm đến tốt; (3) Hỗ trợ, đầu tư của chính quyền địa phương, các tổ chức, doanh nghiệp qua các chủ trương, chính sách; (4) Ảnh hưởng của những người xung quanh: gia đình khuyến khích tham gia làm du lịch; bạn bè, hàng xóm tham gia làm du lịch [53]. Trong bài viết *“Sự tham gia của các hộ dân trong phát triển du lịch cộng đồng tại xã Tả Van, huyện Sa Pa, tỉnh Lào Cai”* của tác giả Đặng Thị Bích Huệ, Lành Ngọc Tú (2020) cũng đã đề cập đến sự tham gia của cộng đồng trong việc cung cấp dịch vụ lưu trú, số lao động, trình độ văn hóa, thu nhập từ các hoạt động du lịch đối với nhóm hộ nghèo và cận nghèo chưa cao, thiếu ngoại ngữ, thiếu kinh nghiệm, thiếu vốn... cũng là yếu tố ảnh hưởng [42].

Một số nghiên cứu cụ thể khác ở các tỉnh ĐBSCL cũng đã bàn về sự tham gia của người dân trong phát triển CBT như: Tác giả Nguyễn Quốc

Nghi, cùng cộng sự (2012), trong bài viết “*Các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định tham gia tổ chức du lịch cộng đồng của người dân ở tỉnh An Giang*” đã xác định các nhân tố sau: trình độ học vấn của hộ nông dân, số lượng nhân khẩu và thu nhập của hộ, mối quan hệ xã hội, hộ có nghề truyền thống sẽ có khả năng tham gia tổ chức CBT nhiều hơn [83]. Cùng với hướng nghiên cứu này, tác giả Lê Thị Lại (2018), trong bài viết “*Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định tham gia du lịch cộng đồng của hộ gia đình ở tỉnh Tiền Giang*” cũng xác định 06 yếu tố ảnh hưởng đến quyết định tham gia CBT của hộ gia đình là tuổi thọ của chủ hộ, trình độ học vấn của chủ hộ, quy mô gia đình, thu nhập gia đình, vốn xã hội và nghề truyền thống. Trong đó yếu tố nghề truyền thống của gia đình tác động mạnh nhất đến quyết định tham gia CBT của người dân [59]. Ngoài ra, dưới góc độ địa lý học, tác giả Nguyễn Phú Thắng (2019), trong luận án tiến sĩ “*Phát triển du lịch tỉnh An Giang trong liên kết vùng phụ cận*” đã đánh giá các nhân tố ảnh hưởng đến liên kết du lịch giữa An Giang và vùng phụ cận gồm: cơ chế, chính sách; cơ sở vật chất, hạ tầng du lịch; tài nguyên du lịch; tình hình kinh tế - xã hội, an ninh; vị trí, khoảng cách địa lý [112]. Nghiên cứu ở tỉnh Trà Vinh, tác giả Nguyễn Thanh Lâm, Phạm Đào Ngọc Thảo (2020), trong bài viết “*Sự tham gia vào hoạt động du lịch cộng đồng của hộ gia đình tại làng văn hóa du lịch Khmer - Trà Vinh*” chỉ ra rằng chính sách địa phương, văn hóa - tôn giáo vùng miền, lợi ích kinh tế và trình độ học vấn, vốn xã hội, nguồn lực hộ gia đình cũng là yếu tố ảnh hưởng đến sự tham gia vào hoạt động CBT của hộ gia đình tại làng văn hóa du lịch Khmer - Trà Vinh [60].

Ngoài ra, một số nhà khoa học nước ngoài cũng đề cập đến các yếu tố ảnh hưởng đến liên kết kinh tế trong phát triển CBT. Chẳng hạn như: Tác giả Regina M. Thetsane (2019), cho rằng yếu tố trung tâm cho sự phát triển là có sự tham gia của cộng đồng - đây là cốt lõi cho sự bền vững của ngành du lịch. Các cộng đồng địa phương muốn được tham gia khi các chính sách du lịch

được thực hiện để cho phép các nhà hoạch định chuẩn bị một chính sách đáp ứng nhu cầu của các bên liên quan và giải quyết các mối quan tâm của họ [162]. Tác giả Cristina Bittar Rodrigues & Bruce Prideaux (2017) cho rằng để hỗ trợ các cộng đồng phát triển các dự án có tính chất này thì sự tham gia, quan hệ đối tác, khuyến khích và tiếp thu các kỹ năng là những yếu tố quan trọng. Việc chuyển giao quyền sở hữu từ một tác nhân bên ngoài cho cộng đồng sẽ chỉ thành công nếu cộng đồng có đủ các kỹ năng quản lý cần thiết để vận hành dự án như một doanh nghiệp thương mại [154]. Trong một nghiên cứu của tác giả Rachel Dodds, Alisha Ali & Kelly Galaski (2016) đã xác định các yếu tố chính để thành công trong CBT là: Lập kế hoạch có sự tham gia và nâng cao năng lực - để tăng cường kỹ năng quản lý CBT; Hợp tác và quan hệ đối tác tạo điều kiện liên kết với thị trường - để đảm bảo khả năng tài chính; Quản lý địa phương, trao quyền cho cộng đồng; Thiết lập các mục tiêu môi trường, cộng đồng; Hỗ trợ từ chính phủ, các tổ chức tài trợ và khu vực tư nhân; Tập trung tạo thu nhập bổ sung cho sự bền vững lâu dài của cộng đồng. Tác giả cho rằng hợp tác, liên kết làm giảm nguy cơ thất bại đối với CBT và hiếm khi thấy CBT được khởi xướng và quyết định bởi cộng đồng [161].

Luận án tiến sĩ “*Liên kết kinh tế trong phát triển lịch ở tỉnh Vĩnh Phúc*” của tác giả Nguyễn Hồng Nhung (2023) cũng đề cập đến các nhân tố ảnh hưởng đến liên kết kinh tế, trong đó có nhân tố về nhận thức, nguồn nhân lực, thị trường, kết cấu hạ tầng, hội nhập quốc tế, điều kiện kinh tế - xã hội, không gian địa lý của các địa phương trong khu vực [82].

1.1.3.3. Những công trình nghiên cứu về giải pháp thực hiện liên kết kinh tế trong phát triển du lịch cộng đồng trên địa bàn vùng, lãnh thổ

Nhiều công trình đã đề ra các giải pháp, điển hình có các giải pháp sau:

(1) Nâng cao nhận thức của các chủ thể liên quan trong việc hợp tác, liên kết phát triển du lịch nông thôn; trao quyền và xây dựng năng lực hợp tác đối với cộng đồng; củng cố niềm tin, tăng cường cam kết, dung hòa lợi ích

giữa các bên (Luận án tiến sĩ của Nguyễn Thị Thanh Ngân (2001), *Quan hệ hợp tác giữa các bên có liên quan trong phát triển du lịch nông thôn theo hướng bền vững: Nghiên cứu trường hợp tại tỉnh Lâm Đồng*) [77].

(2) Phát triển đa dạng các dịch vụ: lưu trú, trông giữ xe; cung cấp thực phẩm/nông sản ngay tại địa phương. Đề ra các chính sách nhằm tăng cường và phân chia lợi ích hợp lý giữa các bên liên quan: cộng đồng địa phương - doanh nghiệp lữ hành - nhà nước (Luận án tiến sĩ của Nguyễn Thị Mỹ Hạnh (2016), *Sự tham gia của cộng đồng địa phương trong phát triển du lịch miền núi: Nghiên cứu điển hình tại Sa Pa, Lào Cai*) [27].

(3) Nâng cao năng lực, hiệu quả quản lý nhà nước; hoàn thiện các cơ chế, chính sách; liên kết để tạo chuỗi các sản phẩm du lịch đặc trưng, chất lượng cao; đẩy mạnh phát triển kết cấu hạ tầng kinh tế - xã hội phục vụ liên kết, phát triển du lịch... (Đào Minh Anh, Vũ Nam (2018), *Phát triển du lịch cộng đồng ở Việt Nam - Nghiên cứu điển hình tại làng cổ Đường Lâm và Bản Lác* [6].

Ngoài ra, các giải pháp đẩy mạnh liên kết kinh tế trong phát triển du lịch được tác giả Nguyễn Thị Hồng Nhung (2023) đề cập trong luận án tiến sĩ “*Liên kết kinh tế trong phát triển lịch ở tỉnh Vĩnh Phúc*” bao gồm các giải pháp điển hình như: xây dựng chiến lược hợp tác liên kết kinh tế vùng; quảng bá, xúc tiến và phát triển thương hiệu; phát triển nguồn nhân lực, huy động vốn đầu tư; tăng cường sự lãnh đạo của cấp ủy Đảng, hiệu lực hiệu quả quản lý nhà nước; ứng dụng các thành tựu của cuộc cách mạng Công nghiệp 4.0 để liên kết kinh tế trong phát triển du lịch [82].

Nghiên cứu cụ thể ở ĐBSCL, tác giả Phạm Thị Hồng Tân, Huỳnh Thị Kim Phượng (2018), trong bài viết “*Đẩy mạnh hợp tác liên kết du lịch cụm các tỉnh phía Tây vùng ĐBSCL*” cho rằng việc liên kết khai thác phát triển du lịch giữa các tỉnh trong vùng và giữa vùng ĐBSCL với các vùng khác trong cả nước còn hạn chế, từ đó đề ra các giải pháp đẩy mạnh liên kết du lịch các

tỉnh phía Tây vùng ĐBSCL như: thành lập ứng dụng App du lịch liên kết tỉnh Đồng Tháp và các tỉnh phía Tây ĐBSCL; thành lập các đơn vị điều phối du lịch của vùng phía Tây; Xác định sản phẩm du lịch trọng điểm cho từng địa phương [106].

1.2. KHÁI QUÁT KẾT QUẢ CỦA CÁC CÔNG TRÌNH ĐÃ CÔNG BỐ LIÊN QUAN ĐẾN ĐỀ TÀI LUẬN ÁN VÀ NHỮNG VẤN ĐỀ CẦN TIẾP TỤC NGHIÊN CỨU PHÁT TRIỂN

1.2.1. Kết luận rút ra từ các công trình khoa học đã công bố về vấn đề liên kết kinh tế trong phát triển du lịch cộng đồng ở vùng đồng bằng sông Cửu Long

Các công trình khoa học của các tác giả đã công bố liên quan đến đề tài luận án được bàn đến xoay quanh các vấn đề cốt lõi sau đây:

Một là, nghiên cứu cơ sở lý luận về liên kết kinh tế, trong đó có nhiều công trình đề cập đến liên kết vùng, đối với liên kết chủ thể thì chủ yếu đề cập đến chủ thể là doanh nghiệp du lịch và hộ nông dân, còn chủ thể nhà nước là yếu tố bên ngoài hỗ trợ, điều phối, thực hiện chức năng quản lý nhà nước. Có công trình đã đề cập đến lý thuyết về liên kết kinh tế, sự cần thiết, vai trò, hình thức, nguyên tắc, nội dung, tiêu chí đánh giá và các yếu tố ảnh hưởng đến liên kết kinh tế nói chung.

Hai là, đề cập đến vai trò, lợi ích, các loại hình, nguyên tắc, tiêu chí đánh giá và các giải pháp phát triển CBT.

Ba là, nghiên cứu về điểm mạnh, tiềm năng, lợi thế, điểm yếu, khó khăn, thách thức, nhân tố tác động và giải pháp phát triển CBT ở vùng ĐBSCL.

Bốn là, nghiên cứu về điều kiện, hình thức, nội dung, yếu tố ảnh hưởng và giải pháp thực hiện liên kết kinh tế trong phát triển CBT trên địa bàn vùng, lãnh thổ.

Năm là, một số công trình nước ngoài sử dụng các mô hình liên kết kinh tế và các lý thuyết kinh tế hiện đại để đánh giá thực trạng, từ đó đưa ra những khuyến nghị mang tính vĩ mô cho các chính phủ.

Nhìn chung, các công trình nghiên cứu về liên kết kinh tế ở nhiều góc độ và nhiều chuyên ngành khác nhau có liên quan đến luận án. Có công trình nghiên cứu sâu đến liên kết vùng, liên kết kinh tế giữa các chủ thể trong phát triển ngành, lĩnh vực nói chung hoặc các công trình nghiên cứu sâu về CBT ở các chuyên ngành khác nhau, nhưng đều có điểm chung là các giải pháp điều chỉ ra sự cần thiết phải có hợp tác, liên kết vùng, liên kết giữa các chủ thể tham gia,... Song chưa có công trình khoa học nào nghiên cứu một cách trực tiếp, đầy đủ, toàn diện và có hệ thống về liên kết kinh tế trong phát triển CBT ở vùng ĐBSCL dưới góc độ chuyên ngành kinh tế chính trị.

Nội dung lý luận và thực tiễn của các công trình khoa học mới chỉ dừng lại việc đánh giá khái quát tình hình liên kết vùng, liên kết giữa các chủ thể có liên quan trong phát triển du lịch. Tuy nhiên, quá trình liên kết giữa các chủ thể thuộc địa phương khác nhau và giữa các chủ thể trong cùng một địa phương ở vùng, lãnh thổ trong phát triển CBT ở vùng ĐBSCL là “khoảng trống” chưa được nghiên cứu đầy đủ, toàn diện kể cả về lý luận và thực tiễn.

1.2.2. Những vấn đề luận án cần tiếp tục nghiên cứu phát triển

Việc nghiên cứu đề tài luận án này góp phần lấp thêm vào “khoảng trống” mà các nghiên cứu trước đây không hoặc chưa đề cập đến, đó là:

Một là, nội dung hoạt động liên kết kinh tế giữa các chủ thể thuộc địa phương khác nhau trên địa bàn vùng, lãnh thổ và giữa các chủ thể trong cùng một địa phương trên địa bàn vùng, lãnh thổ.

Hai là, nội dung, tiêu chí đánh giá, nhân tố ảnh hưởng đến liên kết kinh tế trong phát triển CBT trên địa bàn vùng, lãnh thổ.

Ba là, thực trạng liên kết kinh tế giữa các chủ thể thuộc địa phương khác nhau và giữa các chủ thể trong cùng một địa phương ở vùng ĐBSCL giai đoạn 2019 - 2023.

Bốn là, quan điểm và giải pháp thúc đẩy liên kết kinh tế trong phát triển CBT ở vùng ĐBSCL đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045.

Chương 2
CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ KINH NGHIỆM THỰC TIỄN
VỀ LIÊN KẾT KINH TẾ TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỘNG
ĐỒNG TRÊN ĐỊA BÀN VÙNG, LÃNH THỔ

2.1. KHÁI NIỆM, ĐẶC ĐIỂM, VAI TRÒ, NGUYÊN TẮC LIÊN KẾT KINH TẾ TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỘNG ĐỒNG TRÊN ĐỊA BÀN VÙNG, LÃNH THỔ

2.1.1. Một số khái niệm

2.1.1.1. Liên kết kinh tế

Nếu như *Liên kết* là sự hợp tác, chia sẻ thông tin, nguồn lực hoạt động giữa các chủ thể nhằm hướng tới mục tiêu vì lợi ích chung, thì *liên kết kinh tế* là hình thức phối hợp, hợp tác trong các hoạt động do các chủ thể kinh tế tự nguyện thực hiện, nhằm phân công sản xuất, khai thác tốt tiềm năng của các chủ thể tham gia, thúc đẩy phát triển theo hướng có lợi nhất, bảo vệ lợi ích của nhau trong khuôn khổ pháp luật của Nhà nước (theo Từ điển thuật ngữ Kinh tế học của Việt Nam) [101]. Có nhiều công trình khoa học nghiên cứu đã đề cập đến khái niệm liên kết kinh tế, điển hình như:

Theo Hồ Quế Hậu (2013):

Liên kết kinh tế là một thể chế kinh tế nhằm thực hiện một kiểu phối hợp hành động giữa các chủ thể kinh tế độc lập tự chủ với nhau, một cách tự nguyện, thỏa thuận, đôi bên cùng có lợi và tin tưởng lẫn nhau, ràng buộc lẫn nhau theo một kế hoạch hoặc quy chế định trước, dài hạn hoặc thường xuyên, nhằm ổn định và nâng cao hiệu quả kinh tế [31, tr.46].

Theo Nguyễn Hồng Nhung (2023):

Liên kết kinh tế là sự kết nối chặt chẽ của các chủ thể liên quan: nhà nước, doanh nghiệp, tổ chức nghiên cứu, và nhiều bên liên quan khác theo một quá trình và phương thức nhất định đòi hỏi có sự ra

đòi của các thể chế, chính sách, công cụ lựa chọn và cách thức quản lý liên kết nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh và khả năng của vùng hoặc quốc gia [82, tr.29].

Theo khái niệm này, liên kết kinh tế đề cập đến sự hợp tác giữa các chủ thể kinh tế với nhau để cùng thực hiện đạt mục tiêu chung. Có thể liên kết giữa các doanh nghiệp với nhau và giữa cá nhân với doanh nghiệp trên cùng ngành hoặc đa lĩnh vực.

Tiếp cận và kế thừa quan điểm của các học giả về liên kết kinh tế, tác giả luận án cho rằng: *Liên kết kinh tế là sự hợp tác, phối hợp hoạt động giữa các chủ thể kinh tế trên cơ sở phân công lao động xã hội để phát huy tốt nhất nguồn lực, lợi thế, tiềm năng của từng chủ thể nhằm mục tiêu tối đa hóa lợi ích cho các chủ thể tham gia.*

Liên kết kinh tế theo khái niệm này để tạo ra môi quan hệ kinh tế ổn định giữa các chủ thể dựa trên hợp đồng kinh tế hoặc quy chế, quy ước hoạt động trên cơ sở chuyên môn hóa sản xuất, phân công lao động xã hội nhằm khai thác có hiệu quả tiềm năng, thế mạnh hoặc liên kết để cùng tạo thị trường chung nhằm bảo vệ quyền lợi cũng như lợi ích của các chủ thể để đảm bảo bền vững trong liên kết kinh tế, cần có cơ chế, chính sách, môi trường bình đẳng, minh bạch và đồng thuận giữa các bên tham gia.

2.1.1.2. Du lịch cộng đồng và phát triển du lịch cộng đồng

Thuật ngữ CBT xuất phát từ hình thức du lịch làng bản từ những năm 1970 và có quá trình hình thành và phát triển trên phạm vi rộng ở nhiều nước du lịch như châu Âu, châu Mỹ, châu Úc, châu Phi,... CBT phát triển mạnh ở các nước châu Á, trong đó có các nước khu vực ASEAN như: Philipin, Thái Lan, Indonesia và các khu vực khác như Ấn Độ, Népan, Đài Loan. Thuật ngữ CBT được sử dụng rộng rãi ở các nước ASEAN vào năm 1995. Từ đó, lý thuyết CBT dần được hình thành và phát triển.

Ở Việt Nam, lần đầu tiên vấn đề phát triển CBT được đặt ra tại Hội thảo chia sẻ bài học kinh nghiệm phát triển CBT Việt Nam năm 2003. Nhiều chuyên

gia trong và ngoài nước đã khái quát CBT Việt Nam: Đảm bảo văn hóa, thiên nhiên bền vững; có sở hữu cộng đồng; thu nhập giữ cho cộng đồng; nâng cao nhận thức cho cộng đồng; tăng cường quyền lực cho cộng đồng; tăng cường hỗ trợ của các tổ chức phi chính phủ và cơ quan quản lý nhà nước [98, tr 48-51].

Tác giả Võ Quế (2006):

CBT là phương thức phát triển du lịch trong đó cộng đồng dân cư tổ chức cung cấp các dịch vụ để phát triển du lịch đồng thời tham gia bảo tồn tài nguyên thiên nhiên và môi trường, đồng thời cộng đồng được hưởng quyền lợi về vật chất, tinh thần từ phát triển du lịch và bảo tồn tự nhiên [98, tr.51].

Tác giả Nguyễn Bảo Thoa (2015) cho rằng:

CBT là một loại hình du lịch do chính cộng đồng người dân phối hợp tổ chức, quản lý và làm chủ để đem lại lợi ích kinh tế và bảo vệ được môi trường chung thông qua việc giới thiệu với du khách các nét đặc trưng của địa phương (phong cảnh, văn hóa). Các loại hình du lịch như: *du lịch sinh thái, nông nghiệp, nông thôn, văn hóa...* phù hợp với CBT vì các loại hình du lịch này đều được quản lý bởi cộng đồng [115, tr.8].

Tác giả Đặng Trung Kiên (2020), đã tiếp cận quan điểm về phát triển CBT như sau:

Phát triển CBT là quá trình biến đổi về lượng và chất các vấn đề kinh tế - xã hội theo hướng tiến bộ, dựa trên sáng kiến của người dân địa phương trong lĩnh vực du lịch, nâng cao nhận thức của người dân và khách du lịch trong bảo vệ môi trường tự nhiên cũng như đáp ứng ngày càng tốt hơn nhu cầu của du khách, đem lại hiệu quả kinh tế - xã hội ngày càng cao cho cộng đồng [57, tr.19].

Việc đánh giá phát triển CBT theo quan điểm này bao gồm: Tăng trưởng kinh tế cho cộng đồng; Bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa - xã hội truyền

thống cốt lõi của cộng đồng; Nâng cao nhận thức của người dân địa phương và khách du lịch trong bảo vệ môi trường; Đáp ứng nhu cầu của du khách.

Trên cơ sở các quan điểm kể trên, trong luận án sẽ sử dụng khái niệm *CBT* theo nghĩa là *phương thức tổ chức kinh doanh du lịch do cộng đồng dân cư thực hiện. Phát triển CBT là sự gia tăng về quy mô, không ngừng nâng cao về chất lượng kinh doanh du lịch do cộng đồng dân cư thực hiện.*

2.1.1.3. Liên kết kinh tế trong phát triển du lịch cộng đồng trên địa bàn vùng, lãnh thổ

Trong lĩnh vực du lịch, tác giả Nguyễn Hồng Nhung (2023), đã đưa ra khái niệm liên kết kinh tế trong phát triển du lịch:

Liên kết kinh tế trong phát triển du lịch là sự kết nối chặt chẽ của các chủ thể liên quan: nhà nước, doanh nghiệp, các tổ chức và nhiều bên liên quan khác trong lĩnh vực kinh tế hướng tới mục tiêu phát triển du lịch nhằm khai thác có hiệu quả tiềm năng du lịch và góp phần phát triển kinh tế - xã hội của địa phương [82, tr.37-38].

Đây là vấn đề tất yếu đặt ra với các địa phương nhằm khai thác lợi thế, tiềm năng để đưa ngành du lịch phát triển thành “ngành công nghiệp” mũi nhọn, góp phần đóng góp ngân sách địa phương.

Trên cơ sở kế thừa các khái niệm và những quan điểm tiếp cận trong các công trình nghiên cứu trước, tác giả đưa khái niệm sử dụng trong luận án này như sau:

Liên kết kinh tế trong phát triển CBT trên địa bàn vùng, lãnh thổ là sự hợp tác, liên kết các chủ thể trong vùng, lãnh thổ trên cơ sở phân công lao động xã hội, chuyên môn hóa, hợp tác hóa nhằm khai thác nguồn lực, lợi thế, tiềm năng và sự khác biệt để phát triển CBT hướng tới tối đa hóa lợi ích cho các chủ thể.

Chủ thể tham gia liên kết kinh tế trong khuôn khổ khái niệm của luận án này xác định trên hai phạm vi:

Một là, liên kết kinh tế các chủ thể thuộc những địa phương khác nhau trong vùng, lãnh thổ. Một số chủ thể cơ bản khác trong phạm vi này được trừu tượng hóa, luận án giới hạn phạm vi nghiên cứu, chỉ đề cập đến các chủ thể: chính quyền các địa phương, các hiệp hội du lịch và các doanh nghiệp du lịch đang hoạt động tại các địa phương.

Hai là, liên kết kinh tế các chủ thể trong cùng một địa phương của vùng, lãnh thổ. Những chủ thể cơ bản, trung gian như: đại lý du lịch, hợp tác xã, tổ hợp tác... được trừu tượng hóa, luận án giới hạn phạm vi nghiên cứu, chỉ đề cập đến ba chủ thể: chính quyền địa phương, doanh nghiệp du lịch và hộ nông dân trong cộng đồng.

Các chủ thể tham gia liên kết kinh tế từ các khâu “*sản xuất - phân phối - trao đổi - tiêu dùng*” sản phẩm, dịch vụ CBT. Việc liên kết này diễn ra theo nguyên tắc tự nguyện, thỏa thuận, tin tưởng và ràng buộc lẫn nhau, trên cơ sở phân công lao động xã hội để khai thác tối đa nguồn lực, lợi thế, tiềm năng và sự khác biệt hướng tới hiệu quả bền vững nhằm tối đa hóa lợi ích của các chủ thể. Đồng thời, phát huy vai trò quản lý nhà nước của chính quyền các địa phương trong phát triển CBT.

2.1.2. Đặc điểm, vai trò và nguyên tắc liên kết kinh tế trong phát triển du lịch cộng đồng trên địa bàn vùng, lãnh thổ

2.1.2.1. Đặc điểm của liên kết kinh tế trong phát triển du lịch cộng đồng trên địa bàn vùng, lãnh thổ

Một là, các chủ thể liên kết kinh tế trong phát triển CBT thường không cân xứng về tiềm lực, mục đích và định hướng hoạt động

Mỗi chủ thể tham gia liên kết thông thường có nguồn lực, mục tiêu, định hướng hoạt động khác nhau. Do đó, khi các chủ thể này tham gia liên kết thường không cân xứng về tiềm lực, mục đích, cũng như định hướng hoạt động. Điều này làm cho việc hợp tác, liên kết giữa các chủ thể thiếu ổn định, không bền vững nếu như không có những cam kết, thỏa thuận hoặc ràng buộc giữa các bên. Thông thường việc liên kết sẽ có tính hai mặt, vừa có sự ràng

buộc, hỗ trợ lẫn nhau, vì lợi ích chung, cùng nhau phát triển; đồng thời cũng có sự cạnh tranh, mâu thuẫn với nhau khi lợi ích kinh tế chưa đảm bảo.

Hộ nông dân thường ít vốn, thiếu kiến thức, kỹ năng, nghiệp vụ, phát triển thị trường du lịch. Sản phẩm CBT tạo ra thường gắn với hoạt động sản xuất đời thường ở cộng đồng, nhờ liên kết giữa các hộ nông dân với nhau đã cung cấp cho CBT sản phẩm, dịch vụ du lịch đặc sắc và đa dạng. Tuy nhiên, sự liên kết này trên thực tế dễ xói mòn, khó bền vững khi lợi ích của các bên không đảm bảo, hoặc diễn ra sự cạnh tranh không lành mạnh.

Doanh nghiệp du lịch sẽ có tiềm lực về vốn, năng lực quản lý, phát triển thị trường. Mục đích của doanh nghiệp là tối đa hóa lợi nhuận, vì thế trong quá trình hợp tác, liên kết, doanh nghiệp thường tìm biện pháp để thực hiện mục đích đó. Xu hướng cạnh tranh về giá thường xảy ra giữa các doanh nghiệp trong việc tìm kiếm thị trường. Mặt khác, cũng có xu hướng hợp tác, liên kết để tận dụng tiềm năng, lợi thế để các bên cùng có lợi. Trong bối cảnh mới, các doanh nghiệp du lịch đang có xu hướng hợp tác, liên kết mạnh hơn để tìm đối tác, khách hàng, chia sẻ thị trường du lịch chung, liên kết để hỗ trợ, bổ sung cho nhau về nguồn lực, cung ứng dịch vụ có chất lượng mà các bên đang còn khiếm khuyết.

Bên cạnh đó, mỗi địa phương trong vùng, lãnh thổ có mục tiêu, định hướng phát triển kinh tế - xã hội khác nhau. Tiềm lực phát triển CBT của mỗi địa phương cũng khác nhau. Vì vậy, định hướng phát triển CBT của chính quyền ở mỗi địa phương cũng khác nhau.

Hai là, các chủ thể tham gia liên kết có mối quan hệ hữu cơ, ràng buộc lẫn nhau bằng những thỏa thuận cụ thể

Các chủ thể tham gia liên kết kinh tế sẽ ràng buộc, phụ thuộc lẫn nhau bằng những điều khoản thỏa thuận cụ thể, có mối quan hệ tác động qua lại, là mối quan hệ tương hỗ, vì lợi ích của các bên. Do đó, yêu cầu các chủ thể phải tuân thủ các nguyên tắc của liên kết, nhằm khai thác tiềm năng, lợi thế của các bên tham gia.

Mối quan hệ giữa các chủ thể tham gia liên kết kinh tế thường ràng buộc với nhau thông qua hợp đồng kinh tế hay nội quy, quy chế, thỏa ước của cộng đồng hoặc sự thỏa thuận trên cơ sở tự nguyện, hợp tác, tin tưởng, các bên cùng có lợi. Trên thực tế, sự ràng buộc này đôi khi chỉ thông qua việc trao đổi, đối thoại giữa các chủ thể mà không cần văn bản pháp lý, chỉ dựa trên sự thỏa thuận bằng niềm tin, uy tín lẫn nhau hoặc ký kết bản ghi nhớ hợp tác, khi cần thiết mới thực hiện việc ký kết các hợp đồng kinh tế.

Ba là, các chủ thể tham gia liên kết bắt đầu từ xu hướng tự phát của CBT

CBT là xu hướng đang nhận được nhiều sự quan tâm của các địa phương cũng như người dân và du khách, nhất là trong bối cảnh hậu Covid-19. Du khách quan tâm nhiều hơn cuộc sống trách nhiệm với thiên nhiên, cộng đồng và tham gia, trải nghiệm các giá trị được tạo hóa ban sẵn.

Đáp ứng xu hướng đó, những mô hình CBT tự phát xuất hiện. Tuy nhiên, CBT tự phát sẽ tiềm ẩn nguy cơ về an ninh trật tự, nguy hiểm đến con người, ô nhiễm môi trường, xâm hại đến cảnh quan thiên nhiên... Trên thực tế, tại những nơi tự phát, môi trường du lịch chưa được kiểm định chất lượng, hạ tầng, công trình phục vụ du lịch còn sơ khai chưa đảm bảo, hoạt động theo thời vụ, hạn chế về kỹ năng, nghiệp vụ, ngoại ngữ... nên chất lượng CBT chưa được đảm bảo, gây khó khăn trong công tác quản lý nhà nước.

Từ sơ khai, hộ nông dân là chủ thể chính sáng tạo ra các mô hình tự phát này, ban đầu có thể là tự phát của một hoặc vài hộ, dần dần quy mô liên kết hộ được mở rộng và khi thu hút được nhiều du khách thì phát sinh nhu cầu liên kết với doanh nghiệp du lịch để “làm cầu nối” với khu khách. Bên cạnh sự tự phát này, chính quyền các địa phương thực hiện chức năng quản lý của mình cũng đã quan tâm đến việc triển khai các đề án, dự án quy hoạch, phát triển du lịch nói chung và CBT nói riêng.

Bốn là, tính hỗ trợ, bổ trợ, bù trừ cho nhau để cùng thúc đẩy phát triển

CBT có nhiều tiềm năng phát triển, nhưng cũng có nhiều khó khăn, thách thức. Mỗi chủ thể tham gia liên kết đều có tiềm năng, thế mạnh riêng,

đồng thời cũng có những khó khăn, điểm nghẽn, hạn chế khác nhau. Các chủ thể hợp tác, liên kết để hỗ trợ, giúp đỡ, bổ sung những khiếm khuyết cho nhau để cùng nhau phát triển. Việc liên kết này có tính chất hai mặt, vừa hỗ trợ, ràng buộc lẫn nhau vì lợi ích chung, cùng nhau phát triển, cũng vừa có sự đấu tranh phát triển. Đôi khi có xảy ra mâu thuẫn vì phân phối ích chưa đảm bảo. Do vậy, việc liên kết kinh tế xu hướng chung, là quy luật phát triển.

2.1.2.2. Vai trò của liên kết kinh tế trong phát triển du lịch cộng đồng trên địa bàn vùng, lãnh thổ

Một là, thực hiện sự phân công lao động, chuyên môn hóa trong sản xuất, kinh doanh sản phẩm, dịch vụ CBT

Cơ sở chung cho mọi nền sản xuất chính là phân công lao động xã hội, đây là tiền đề của hiệp tác giữa các chủ thể trong liên kết kinh tế. Sự phân công lao động và chuyên môn hóa trong sản xuất, kinh doanh là phải làm việc trên cơ sở kế hoạch, cùng nhau hợp tác, phối hợp với nhau. Để thực hiện được quá trình này cần tập trung tư liệu sản xuất, tập trung sức lao động, từ đó thúc đẩy quá trình phân công lao động cho từng chủ thể, từng khâu, từng quy trình của một quá trình sản xuất.

Việc liên kết kinh tế trong phát triển CBT có thể theo từng khâu của quá trình phân công lao động hoặc theo chuỗi giá trị. *Liên kết kinh tế theo chuỗi giá trị* là liên kết giữa các chủ thể từ khâu “sản xuất - phân phối - trao đổi - tiêu dùng”. *Liên kết kinh tế theo từng khâu của quá trình phân công lao động* là sự phân công lao động của quá trình các chủ thể chỉ đảm nhận từng khâu và cam kết thực hiện theo thỏa thuận (hộ nông dân thực hiện khâu sản xuất ra sản phẩm cung ứng, phục vụ cho phát triển CBT; doanh nghiệp du lịch thực hiện việc đưa du khách đến sử dụng các sản phẩm CBT; nhà nước - chính quyền địa phương thực hiện vai trò quản lý nhà nước). Trong mối quan hệ này, hộ nông dân chính là chủ thể sản xuất ở khâu đầu của chuỗi giá trị; doanh nghiệp du lịch liên kết với hộ nông dân để hỗ trợ tìm kiếm thị trường “đầu ra”; nhà nước - chính quyền địa phương tham gia vào liên kết sẽ góp

nâng cao hiệu lực, hiệu quả công tác quản lý nhà nước trong lĩnh vực du lịch. Quá trình liên kết này diễn ra cũng chính vì lợi ích của các chủ thể, do đó đây chính là mối liên kết mà tất cả các chủ thể đều có lợi.

Khi xã hội càng phát triển, nhu cầu thụ hưởng của con người ngày càng cao, vì thế phát triển du lịch là xu thế tất yếu. Vì vậy, việc chuyên môn hóa trong quá trình cung cấp sản phẩm, dịch vụ du lịch nói chung và CBT nói riêng tất yếu sẽ diễn ra. Đối với CBT, mỗi chủ thể tham gia sẽ đảm nhiệm một lĩnh vực hoặc một khâu thế mạnh của mình để thu hút du khách, mở rộng và tìm kiếm thị trường.

Hai là, tạo sự ổn định, tăng sức cạnh tranh với các loại hình du lịch khác góp phần nâng cao chất lượng, giá trị sản phẩm, dịch vụ CBT

Mục tiêu của các chủ thể tham gia liên kết kinh tế là hướng đến sự phát triển ổn định, bền vững. Quá trình hợp tác, liên kết sẽ giúp cho các chủ thể có điều kiện tiếp cận và sử dụng các nguồn lực góp phần gia tăng chất lượng sản phẩm, dịch vụ CBT, giá cả hợp lý, đáp ứng nhu cầu thị trường du lịch, tăng sức cạnh tranh giữa CBT với các loại hình du lịch khác.

Khi hợp tác, liên kết có thể tận dụng kết cấu hạ tầng, cơ sở vật chất sẵn có như: nhà cửa, thiết bị đồ dùng gia đình, hệ thống giao thông, thông tin liên lạc, nguồn lao động dư thừa thời nông nhàn trong cộng đồng, cũng như tiềm năng và lợi thế của từng địa phương. Mặt khác, các chủ thể sẽ có thêm kinh nghiệm, được hỗ trợ về tài chính, thị trường, phát triển ngành nghề truyền thống, khai thác bản sắc văn hóa đặc thù của từng địa phương, với giá thành rẻ, du khách có thể hưởng thụ các sản phẩm CBT nhiều hơn.

Ba là, phát huy lợi thế của các chủ thể thúc đẩy phát triển CBT tương xứng với tiềm năng, lợi thế vốn có của từng địa phương

Liên kết kinh tế mở ra cơ hội tốt cho việc tận dụng, phát huy lợi thế, cơ hội để thu hút du khách, khắc phục tình trạng phát triển nhỏ lẻ, manh mún, không chuyên nghiệp, quá trình liên kết sẽ bổ sung, hỗ trợ các nguồn lực để cùng nhau phát triển CBT ở từng địa phương. Việc liên kết này sẽ

khai thác sự khác biệt, lợi thế của các chủ thể, nguồn lực sẵn có của địa phương, cộng đồng, của vùng. Nếu liên kết tốt sẽ tạo nên nhiều sản phẩm du lịch hấp dẫn, khác biệt, tính cạnh tranh cao, thu hút được du khách, khắc phục được tình trạng trùng lặp sản phẩm trong phát triển CBT.

Trong bối cảnh các nguồn lực cần thiết để phát triển du lịch còn thiếu, chưa đủ để có thể triển khai thực hiện có hiệu quả các hoạt động phát triển du lịch thì việc hợp tác, liên kết sẽ là cơ sở để phát huy và khai thác các thế mạnh, tiềm năng và tăng cường năng lực cho các chủ thể liên quan, đồng thời đảm bảo nhu cầu về các nguồn lực cho các địa phương, khu vực và cả nước để phát triển du lịch [139, tr.8].

Vì thế, cần xác định rõ chức năng riêng dựa trên lợi thế đặc thù của từng chủ thể trong không gian liên kết để phát triển điểm đến du lịch chung. Đây là cơ sở để có được những “phân công” hợp lý trong phát triển tổng thể điểm đến liên kết; khai thác có hiệu quả lợi thế đặc thù của từng chủ thể nhằm tạo được nguồn lực tốt nhất cho chiến lược phát triển chung của địa bàn, hạn chế được tính trùng lặp về chức năng trong phát triển trước khi có sự thay đổi liên kết. Để thực hiện được yêu cầu này cần thiết phải có đề án/phương án với những nội dung liên kết cụ thể trên cơ sở quy hoạch tổng thể phát triển du lịch của lãnh thổ liên kết [139, tr.82].

Trong liên kết kinh tế, yếu tố cạnh tranh ít mà yếu tố hợp tác, cùng có lợi rất rõ nét, vì khi đó sản phẩm du lịch sẽ đa dạng, phần lớn không bị trùng lặp. Do vậy, liên kết du lịch giữa các địa phương là sự phát huy, chia sẻ nguồn lực du lịch để tạo nên những tour du lịch mới, chuỗi sản phẩm đa dạng hơn, có tính hấp dẫn hơn đối với du khách [139, tr.34].

Bốn là, đổi mới tư duy, thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng vừa sản xuất hàng hóa nông nghiệp vừa cung cấp sản phẩm, dịch vụ đầu vào cho phát triển CBT

Nhận thức và tập quán của hộ nông dân thường mang tính “tiểu nông”,

tư duy sản xuất nhỏ, thấy lợi trước mắt thì làm, thiếu kế hoạch dài hạn. Do đó, thông qua các hoạt động liên kết kinh tế, giúp các chủ thể tham gia khắc phục được những điểm yếu, phát huy tối đa những điểm mạnh vốn có.

Việc hợp tác, liên kết thường xuyên và hiệu quả sẽ góp phần thay đổi tư duy, nhận thức của nông dân trong việc chuyển dịch cơ cấu kinh tế từ thuần nông nghiệp sang nông nghiệp dịch vụ phục vụ CBT trước bối cảnh ngành nông nghiệp gặp nhiều khó khăn bởi môi trường, biến đổi khí hậu và thị trường, qua đó hàm ý cho sự chuyển đổi này là tăng cường chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng dịch vụ, phát huy lợi thế, tiềm năng của nông nghiệp để phát triển CBT, góp phần tăng trưởng kinh tế bền vững, nâng cao thu nhập cho người dân, biến CBT trở thành “ngành công nghiệp không khói”. Liên kết kinh tế thúc đẩy mạnh quá trình chuyển dịch lao động nông nghiệp sang lao động khu vực dịch vụ, du lịch ở nông thôn, tạo ra các ngành nghề dịch vụ mới, giải quyết việc làm và gia tăng thu nhập cho người dân địa phương.

“Chúng ta nên có một tư duy mới về du lịch nông thôn, đó là sức sống của cộng đồng, là bản sắc văn hóa của các dân tộc” - Đây là ý kiến của ông Lê Minh Hoan, Bộ trưởng Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn tại Hội nghị phát triển du lịch Việt Nam nhanh và bền vững. Du lịch nông nghiệp, CBT sẽ giúp mở ra không gian du lịch mới, phát triển những sản phẩm truyền thống, quảng bá, giữ gìn bản sắc văn hóa các dân tộc.

Trong những giải pháp để phát triển du lịch Việt Nam được đề ra, thì giải pháp phát triển du lịch nông thôn đang được xem là hướng đi có hiệu quả, nhằm khai thác hết tiềm năng, thế mạnh về sinh thái, cảnh quan khu vực nông thôn và bản sắc văn hóa đa dạng, phong phú ở mỗi địa phương.

Vì thế, thông qua hoạt động liên kết sẽ góp phần thay đổi tư duy, thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo hướng vừa sản xuất hàng hóa nông nghiệp vừa cung cấp hàng hóa dịch vụ gắn với nông nghiệp, nông thôn, góp phần giúp CBT phát triển.

Năm là, tháo gỡ khó khăn cho các chủ thể tham gia liên kết, thúc đẩy giảm nghèo và phát triển cộng đồng

Mỗi chủ thể kinh tế sẽ có những điểm mạnh và điểm yếu khác nhau, thông qua hợp tác, liên kết sẽ phát huy lợi thế so sánh, bổ sung cho nhau những điểm mạnh, khắc phục các khiếm khuyết để cùng nhau phát triển. Bên cạnh đó, phát triển hoạt động du lịch là để thỏa mãn nhu cầu giải trí, trải nghiệm, nghỉ dưỡng trong một khoảng thời gian nhất định của du khách, hoạt động du lịch cũng thông thường có những rủi ro như: rủi ro về chính trị, kinh tế, tỷ giá, văn hóa, pháp luật, về môi trường - thiên nhiên, rủi ro về dịch bệnh, rủi ro từ đối tác, rủi ro do thay đổi xu hướng, sở thích của khách hàng, rủi ro do cạnh tranh,... Vì thế, liên kết kinh tế giữa các chủ thể sẽ là cách thức tốt để các chủ thể cùng nhau tháo gỡ, giải quyết những khó khăn, thay vì các chủ thể phải tự xoay xở để vượt qua khó khăn, đặc biệt đối với các chủ thể là đối tượng yếu thế, dễ tổn thương trong nền kinh tế.

CBT góp phần giảm nghèo và phát triển cộng đồng vì có khả năng tạo ra việc cho người dân địa phương, nhất là việc làm cho phụ nữ; thông qua việc bán sản phẩm và dịch vụ CBT góp phần phát triển kinh tế - xã hội; tăng khả năng thúc đẩy xuất khẩu tại chỗ cho các nước hay khu vực. Liên kết kinh tế sẽ tạo ra nguồn thu trực tiếp và gián tiếp cho cộng đồng địa phương góp phần phát triển cộng đồng.

Sáu là, thúc đẩy hình thành chuỗi giá trị trong lĩnh vực du lịch để phát triển kinh tế - xã hội chung của vùng

Liên kết kinh tế trong phát du lịch là xu hướng tất yếu, góp phần phát triển du lịch theo hướng chuyên nghiệp và bền vững. Khi xu hướng du lịch hiện đại không còn đơn thuần là giới thiệu những sản phẩm sẵn có mà phải đáp ứng nhu cầu đa dạng của du khách, khi đời sống xã hội ngày càng phát triển thì nhu cầu đó ngày càng cao. Việc phát huy vị trí địa lý, tiềm năng, thế mạnh, sự khác biệt trên cơ sở các nguồn lực sẵn có và tạo sự kết nối sẽ tạo những sản phẩm du lịch có chất lượng để thu hút du khách.

Nhờ liên kết kinh tế đã xóa bỏ ngăn cách theo địa giới hành chính để kết nối với các địa phương trong vùng, lãnh thổ. Qua đó tạo được chuỗi giá trị trong lĩnh vực du lịch giữa các địa phương trong và ngoài vùng với nhau, góp phần vào sự phát triển kinh tế - xã hội chung của vùng.

2.1.2.3. Nguyên tắc liên kết kinh tế trong phát triển du lịch cộng đồng trên địa bàn vùng, lãnh thổ

Một là, nguyên tắc tự nguyện, bình đẳng, tự thỏa thuận và tự chịu trách nhiệm

Đây là nguyên tắc tiên quyết, là điều kiện đủ trong liên kết kinh tế giữa các chủ thể tham gia phát triển CBT. Do đó mọi sự liên kết mang tính áp đặt, hình thức,... đều trái với quy luật của thị trường. Mọi điều khoản của liên kết đều phải dựa trên sự thỏa thuận, tự nguyện, tự chịu trách nhiệm trên cơ sở bàn bạc đi đến thống nhất giữa các bên để đảm bảo các chủ thể tham gia liên kết phát huy được hết khả năng, năng lực của mình, cùng nỗ lực vì lợi ích chung.

Liên kết giữa các chủ thể phải theo nguyên tắc dân chủ và bình đẳng. Các chủ thể tham gia liên kết kinh tế vừa là người góp vốn, vừa là người quản lý, vừa là người trực tiếp làm việc nên họ đều có quyền tham gia vào các quyết định quan trọng của tập thể một cách dân chủ. Vì vậy hoạt động liên kết kinh tế này luôn diễn ra và kiểm soát theo nguyên tắc dân chủ cao.

Các chủ thể tham gia đều có những đóng góp nhất định để tạo ra một lợi ích kinh tế thống nhất. Hộ nông dân trong cộng đồng thì cung cấp các nguồn lực sẵn có như quyền sử dụng đất đai, lao động, cung ứng sản phẩm du lịch...; Doanh nghiệp du lịch thì làm cầu nối đưa khách du lịch đến với cộng đồng, đôi khi có thêm sự hỗ trợ cho hộ nông dân về nghiệp vụ. Mỗi chủ thể tham gia đều bình đẳng, dân chủ trong bàn bạc để đưa ra quyết định tối ưu nhất nhằm khai thác có hiệu quả các sản phẩm, dịch vụ du lịch nhằm mang lại lợi ích cho các chủ thể tham gia vào chuỗi liên kết.

Hai là, liên kết kinh tế giữa các chủ thể trong phát triển CBT phải phù hợp với quy định của pháp luật

Liên kết kinh tế trong phát triển CBT là một trong các cách thức tổ chức sản xuất, kinh doanh của nền kinh tế. Mặc dù các chủ thể liên kết kinh tế dựa trên sự tự nguyện, tự thỏa thuận và tự chịu trách nhiệm; dựa vào uy tín và sự tin tưởng lẫn nhau nhưng hoạt động liên kết này cần thiết phải thể chế hóa, pháp lý hóa các thỏa thuận. Chẳng hạn như: các hợp đồng kinh tế, điều khoản kinh tế, các dự án hay các bản ghi nhớ hợp tác để phát triển CBT... phải có sự giám sát bằng công cụ quản lý của nhà nước. Đây là cơ sở pháp lý để ràng buộc trách nhiệm và nghĩa vụ của các bên tham gia, là căn cứ để giải quyết các tranh chấp phát sinh trên thực tiễn.

Ba là, nguyên tắc phân phối và kết hợp hài hòa lợi ích kinh tế giữa các chủ thể tham gia liên kết trong phát triển CBT

Nguyên tắc phân phối dựa trên phân công lao động, vốn góp và mức độ tham gia dịch vụ CBT của các chủ thể tham gia liên kết. Tất cả các chủ thể đều mong muốn có những lợi ích kinh tế nhất định, thậm chí là lợi ích tối ưu. Tuy nhiên, trong quá trình liên kết không tránh khỏi rủi ro xảy ra làm tổn hại đến lợi ích kinh tế giữa các bên. Vì thế, phải cùng nhau chia sẻ rủi ro để hỗ trợ nhau trên cơ sở đảm bảo hài hòa lợi ích của các chủ thể tham gia. Việc đảm bảo hài hòa lợi ích kinh tế, cùng nhau chia sẻ rủi ro sẽ là động lực, là chất keo gắn bó mỗi liên kết này một cách lâu dài, bền vững.

2.1.3. Cơ chế liên kết kinh tế trong phát triển du lịch cộng đồng trên địa bàn vùng, lãnh thổ

2.1.3.1. Cơ chế hỗ trợ của nhà nước đối với các chủ thể tham gia liên kết phát triển du lịch cộng đồng

Nếu chỉ để “bàn tay vô hình” là thị trường sắp xếp, thì tính liên kết sẽ tự phát, nên rất cần có sự can thiệp, hỗ trợ của nhà nước, mà trực tiếp là cơ quan quản lý nhà nước về du lịch. Cơ chế hỗ trợ của nhà nước thể hiện qua

một số hoạt động sau: (1) Đề ra các chính sách, phát triển hạ tầng, cấp giấy phép, hoạt động xúc tiến, định hướng, tuyên truyền để các chủ thể tham gia liên kết tự nguyện làm theo và có chế tài bắt buộc; (2) Phối hợp, liên kết với các cơ quan quản lý nhà nước về du lịch trên địa bàn vùng, lãnh thổ để trao đổi kinh nghiệm quản lý nhà nước về phát triển CBT nhằm nâng cao năng lực, hiệu quả và hiệu lực quản lý. Đồng thời, phối hợp để nghiên cứu đề xuất, bổ sung cơ chế chính sách, cơ chế phát triển CBT trên địa bàn vùng, lãnh thổ; (3) Khuyến khích, tạo điều kiện thuận lợi, thực hiện triệt để cải cách hành chính để hỗ trợ các hoạt động phát triển CBT, cho nhà đầu tư, doanh nghiệp đến tìm cơ hội đầu tư, đặt văn phòng đại diện, chi nhánh du lịch tại các địa phương; (4) Thúc đẩy giao lưu, hợp tác giữa các hiệp hội du lịch, các trung tâm thông tin và xúc tiến du lịch, các câu lạc bộ, hội nghề nghiệp hoạt động du lịch; (5) Phối hợp với nhà khoa học điều tra, nghiên cứu, đánh giá, lập và thực hiện các quy hoạch phát triển CBT hoặc điều chỉnh, bổ sung các quy hoạch phát triển CBT phù hợp với thực tế trên địa bàn vùng, lãnh thổ; (6) Đảm bảo an ninh an toàn trong cộng đồng trên địa bàn vùng, lãnh thổ.

2.1.3.2. Cơ chế giải quyết hài hòa lợi ích giữa các chủ thể tham gia liên kết kinh tế

Các mối quan hệ trong hợp tác, liên kết thực chất là quan hệ lợi ích. Trên thực tế, các chủ thể không phải lúc nào cũng thỏa mãn lợi ích, cũng như hài lòng với lợi ích mà đối tác mang lại. Do đó, mâu thuẫn về lợi ích là điều khó tránh khỏi. Vì vậy, giải quyết hài hòa lợi ích là cơ chế rất cần thiết và quan trọng để đảm bảo hợp tác, liên kết nhịp nhàng, trơn tru và bền vững.

Cơ chế giải quyết quan hệ lợi ích cơ bản dựa trên việc phân phối, tiêu thụ và sử dụng các sản phẩm, dịch vụ của CBT theo nguyên tắc của thị trường được thể hiện qua những thỏa thuận trong hợp đồng, các văn bản đã cam kết, thỏa thuận hoặc bản ghi nhớ hợp tác đã được ký kết.

Thực chất là việc phân phối lợi nhuận (lợi nhuận của doanh nghiệp du

lịch và hộ nông dân) và lợi ích của nhà nước trong việc thực hiện có hiệu quả công tác quản lý nhà nước góp phần tăng nguồn thu ngân sách của địa phương, đóng góp vào ngân sách Trung ương. Việc phân chia lợi nhuận phải thực hiện theo nguyên tắc công bằng giữa các bên tham gia liên kết. Để tránh nảy sinh các mâu thuẫn về mặt lợi ích, tránh tiêu cực, tham nhũng trong quá trình quản lý và sử dụng các nguồn thu thì việc phân chia lợi nhuận thu được cần được công khai. Để thực hiện tốt điều này cần có một Ban Quản lý CBT như một cơ quan đại diện để quản lý tài chính thu nhập từ CBT hoặc đại diện cộng đồng trong các cuộc họp, thảo luận với các chủ thể liên kết có liên quan.

2.1.3.3. Cơ chế xử lý rủi ro cho các chủ thể tham gia liên kết kinh tế

Trong bất cứ hoạt động kinh tế nào cũng có rủi ro xảy ra. Tính chất thường thấy là sự thiếu ổn định trong liên kết, nhất là khi có xung đột về mặt lợi ích trong quá trình hợp tác, liên kết. Rủi ro thường nhận thấy là uy tín, chất lượng sản phẩm, dịch vụ của các bên chưa đảm bảo làm ảnh hưởng đến lợi ích của các bên. Bên cạnh đó, CBT thường dễ bị các yếu tố khách quan tác động như: thời tiết, môi trường, dịch bệnh... Vì vậy, việc đặt ra và thực hiện những điều khoản ràng buộc khi có rủi ro xảy ra giúp các chủ thể an tâm trong quá trình tham gia hợp tác, liên kết với nhau. Để kiểm soát, giảm thiểu tối đa các rủi ro, các chủ thể cần giữ mối liên hệ chặt chẽ, thông tin thông suốt, đảm bảo tính khả thi trong việc thực hiện các điều khoản hợp đồng khi ký kết. Qua đó sẽ giữ uy tín của các chủ thể tham gia liên kết với du khách.

2.1.3.4. Cơ chế xử lý tranh chấp giữa các chủ thể tham gia liên kết kinh tế

Tuy hợp tác, liên kết kinh tế dựa trên nguyên tắc tự nguyện của các chủ thể tham gia, nhưng trên thực tế không thể tránh khỏi xảy ra các tranh chấp do xung đột về mặt lợi ích, bởi vì ở đâu có lợi ích thì ở đó luôn tiềm ẩn nguy cơ mâu thuẫn nếu việc phân phối lợi ích không đảm bảo. Do đó, khi có tranh chấp, các chủ thể trên nguyên tắc đồng thuận và tự nguyện, đảm bảo bình đẳng và tôn trọng lẫn nhau để tự giải quyết hoặc các đơn vị trung gian, chính

quyền địa phương đứng ra làm trọng tài hoặc đưa ra tòa án để xét xử. Thực tế thường thấy, khi có tranh chấp, chủ yếu là các bên tự giải quyết hoặc đơn phương chấm dứt hợp đồng.

Việc xử lý tranh chấp thường theo nguyên tắc: khi xác định chủ thể nào gây nên tranh chấp phải bồi hoàn thiệt hại. Đối với lý do khách quan cần cùng nhau giải quyết, để tiếp tục hợp tác, duy trì các mối quan hệ hợp tác, liên kết.

2.1.3.5. Cơ chế ràng buộc nhằm đảm bảo các chủ thể thực hiện được quyền và nghĩa vụ của mình khi tham gia liên kết

Nếu không có cơ chế ràng buộc sẽ dễ dẫn đến việc phá vỡ các liên kết giữa các chủ thể do nhiều yếu tố chủ quan và khách quan. Do vậy, việc xây dựng và thực hiện các hợp đồng hợp tác, liên kết hay bản ghi nhớ là cơ sở pháp lý đảm bảo thực hiện cơ chế ràng buộc thực hiện quyền và nghĩa vụ của các chủ thể. Về nguyên tắc, việc tổ chức quản lý CBT cần có sự tham gia quản lý của chính quyền địa phương và hỗ trợ của các doanh nghiệp du lịch.

Chủ thể tham gia chính trong CBT là các hộ nông dân, thông qua đại diện là Ban Quản lý CBT, Ban này sẽ có chức năng điều hành, phối hợp với các chủ thể thông qua các cơ chế ràng buộc.

2.2. NỘI DUNG, TIÊU CHÍ ĐÁNH GIÁ, NHÂN TỐ ẢNH HƯỞNG LIÊN KẾT KINH TẾ TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỘNG ĐỒNG TRÊN ĐỊA BÀN VÙNG, LÃNH THỔ

2.2.1. Nội dung liên kết kinh tế trong phát triển du lịch cộng đồng trên địa bàn vùng, lãnh thổ

2.2.1.1. Nội dung liên kết các chủ thể thuộc địa phương khác nhau trong vùng, lãnh thổ

Một là, liên kết huy động vốn đầu tư phát triển CBT trên cơ sở quy hoạch phù hợp với thế mạnh của từng địa phương trong tổng thể phát triển vùng

Liên kết huy động vốn đầu tư bằng nhiều nguồn lực để phát triển CBT của vùng. Huy động nguồn lực xã hội, nhất là cộng đồng địa phương, người dân bản địa đối với việc bảo vệ môi trường, tài nguyên để phát triển bền

vững; vốn đầu tư cho phát triển kết cấu hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật, công nghệ, gắn với chuyên đổi số cho phát triển du lịch.

Việc phát triển CBT ở các địa phương trên địa bàn vùng, lãnh thổ thường có biểu hiện thiếu tính liên kết và không bền vững, manh mún, nhỏ lẻ. Đề án phát triển CBT đã xây dựng và triển khai thực hiện ở một số tỉnh, thành nhưng ít gắn với tổng thể phát triển chung cho cả vùng nên chưa phát huy sự khác biệt, lợi thế so sánh giữa các địa phương. Vì vậy, hoạt động rà soát, lập quy hoạch phát triển CBT phải trên cơ sở phù hợp với thế mạnh, lợi thế của từng địa phương trong tổng thể phát triển vùng, do đó hoạt động này cần phải có sự hợp tác, liên kết giữa chính quyền các tỉnh, thành trong vùng.

Hai là, liên kết đào tạo và phát triển nguồn nhân lực cho phát triển CBT

Đào tạo và phát triển nguồn nhân lực gắn với đào tạo nghề cho lao động nông thôn. Bồi dưỡng về kiến thức, kỹ năng cho các chủ thể tham gia CBT, đặc biệt là các tầng lớp nhân dân đang sinh sống và tham gia hoạt động phát triển CBT ở địa phương.

Chính quyền địa phương các tỉnh, thành trong vùng là chủ thể chính liên kết với các bên liên quan như hiệp hội du lịch vùng, các doanh nghiệp du lịch, các cơ sở đào tạo, dạy nghề để đào tạo, bồi dưỡng, tập huấn và phát triển nguồn nhân lực trực tiếp cho các chủ thể có liên quan. Khuyến khích cơ chế tự đào tạo, bồi dưỡng từ hoạt động phối hợp trên thực tiễn thông qua sự hỗ trợ của các bên liên quan hoặc thông qua các diễn đàn, tọa đàm, trao đổi, hợp tác giữa các chủ thể tham gia liên kết.

Ba là, liên kết xây dựng đồng bộ hạ tầng du lịch, hạ tầng giao thông cho CBT phát triển

Xây dựng đồng bộ hạ tầng du lịch nói chung, hạ tầng giao thông nông thôn nói riêng rất cần thiết cho sự phát triển CBT. Hoạt động này cần đến vai trò điều phối của nhà nước trong việc thực hiện chủ trương, ban hành cơ chế, chính sách đầu tư phát triển hạ tầng. Ngoài ra, cũng cần có sự tham gia vào cuộc của cộng đồng dân cư địa phương trong việc thực hiện chủ trương nhà

nước và nhân dân cùng làm, một mặt phục vụ đời sống ở nông thôn, mặt khác là để phát triển hạ tầng cho CBT phát triển, nhất là ở những nơi có tiềm năng về CBT nhưng bị rào cản bởi hạ tầng giao thông kém phát triển. Bên cạnh đó, doanh nghiệp du lịch cũng phải thực hiện nghĩa vụ của mình đối với cộng đồng. Các địa phương cần tranh thủ thực hiện chủ trương xây dựng nông thôn mới của Chính phủ để hoàn thiện hệ thống kết cấu hạ tầng, nhất là hạ tầng giao thông kết nối giữa các địa phương trong vùng.

Bốn là, liên kết phát triển chuỗi giá trị, xây dựng sản phẩm, chương trình CBT chung của toàn vùng

Dựa trên đặc thù, lợi thế, tiềm năng của từng địa phương để phát triển chuỗi giá trị, xây dựng sản phẩm, chương trình CBT chung của toàn vùng mục đích hướng đến việc xây dựng thương hiệu đặc trưng, tạo sự khác biệt trong tổng thể chung của vùng, giữa địa phương này với địa phương khác, mang đến sự trải nghiệm thú vị cho du khách nhằm tăng khả năng cạnh tranh với các vùng khác trên thị trường du lịch nói chung.

Liên kết phát triển chương trình CBT chung của toàn vùng sẽ hướng đến việc hợp tác, liên kết trong quản lý, điều hành, đào tạo nguồn nhân lực, xây dựng tour tuyến, xúc tiến quảng bá thương hiệu, tạo động lực phát triển chung cho toàn vùng. Sự hợp tác giữa các địa phương mang lại hiệu quả, tiết kiệm chi phí nhưng vẫn đảm bảo chất lượng, quy mô các chương trình. Việc xây dựng các chương trình du lịch chung cho toàn vùng dựa trên những định hướng đã được xác định trong “Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến 2030”.

Để hoạt động này thực hiện đạt hiệu quả cần phát huy vai trò của các chủ thể, trong đó đề cao vai trò của chính quyền các địa phương trong việc định hướng trên cơ sở tham vấn của đội ngũ chuyên gia, các nhà khoa học và kinh nghiệm thực tiễn của các doanh nghiệp du lịch và sự tham gia của các hộ nông dân trong cộng đồng.

Năm là, tổ chức tuyên truyền về liên kết kinh tế, quảng bá và xúc tiến xây dựng thương hiệu CBT

Việc tổ chức tuyên truyền về liên kết kinh tế là việc làm cần thiết giúp cho các chủ thể tham gia liên kết thấy được tầm quan trọng, lợi ích và hiệu quả của việc hợp tác, liên kết trong phát triển CBT.

Nội dung tuyên truyền phải phù hợp và thiết thực với từng chủ thể, tuyên truyền giới thiệu những mô hình là điểm sáng, các tuyến, điểm đến, sản phẩm, dịch vụ CBT mới đã và đang hoạt động có hiệu quả trên thực tiễn. Tập trung tuyên truyền về hiệu quả, lợi ích tế do hợp tác, liên kết mang lại cho các chủ thể, nhất là hộ nông dân.

Phương thức, cách thức tuyên truyền đến các chủ thể (nhất là hộ nông dân) cần đơn giản, dễ hiểu. Có thể tuyên truyền qua mạng xã hội, truyền thông, báo chí, biên tập và phát hành ấn phẩm du lịch để giới thiệu, quảng bá CBT thông qua các hoạt động xúc tiến du lịch của các địa phương.

Chủ thể thực hiện việc tuyên truyền là chính quyền địa phương, các tổ chức chính trị - xã hội. Các chủ thể này phối hợp với hiệp hội du lịch các tỉnh, thành, các đối tác, doanh nghiệp du lịch, hộ nông dân để tổ chức các hoạt động quảng bá, xúc tiến du lịch tại một số thị trường mục tiêu chung; hỗ trợ nhau trong việc giới thiệu các sản phẩm đặc thù dựa vào thế mạnh của từng địa phương trong vùng.

Chính quyền các địa phương phối hợp, liên kết xây dựng cơ sở dữ liệu CBT và các lĩnh vực có liên quan, xác lập thương hiệu, hợp tác làm bản tin du lịch chung cho toàn vùng; nghiên cứu nhằm xây dựng và định vị hình ảnh du lịch toàn vùng trên thị trường và các nhà đầu tư. Phối hợp tổ chức đón các đoàn Farmtrip và Presstrip vào địa phương khảo sát, giới thiệu sản phẩm, giúp các doanh nghiệp du lịch có cơ hội giới thiệu dự án đầu tư, giới thiệu sản phẩm, tiếp thị bán hàng. Tổ chức giao lưu giữa các công ty lữ hành, doanh nghiệp du lịch để trao đổi thông tin, hoàn thiện các chương trình du lịch, nối tour, bình chọn các doanh nghiệp du lịch, các nhà hàng, các cơ sở lưu trú, các điểm bán hàng, điểm du lịch xuất sắc.

Sáu là, liên kết các địa phương trong vùng để đàm phán, ký kết bản ghi nhớ, hợp tác ngoại vùng và với các tổ chức quốc tế

Chính quyền địa phương các tỉnh, thành trong vùng hợp tác với nhau chủ động tổ chức và tham gia các hoạt động, sự kiện quảng bá, xúc tiến du lịch của vùng ở nước ngoài hay tham gia những sự kiện quốc tế lớn được tổ chức ở các vùng khác trong nước. Các tỉnh, thành trong vùng đề xuất các sản phẩm CBT thể mạnh, đặc trưng từ đó tăng cường kết nối với các đối tác quốc tế thông qua các bản ghi nhớ, thỏa thuận hoặc các hợp đồng kinh tế.

Đàm phán và ký kết các bản ghi nhớ, hợp tác hay hợp đồng kinh tế là hoạt động thường diễn ra giữa các chủ thể tham gia liên kết kinh tế để xác định rõ chức năng, quyền hạn và trách nhiệm của các bên. Chính quyền địa phương các tỉnh, thành trong vùng hợp tác, liên kết với nhau để làm cầu nối trung gian ký kết các bản ghi nhớ, hợp tác với các vùng khác và với các tổ chức quốc tế trong phát triển CBT cho toàn vùng.

2.2.1.2. Nội dung liên kết các chủ thể trong cùng một địa phương của vùng, lãnh thổ

Một là, nội dung liên kết giữa các hộ nông dân với nhau

Các hộ nông dân hợp tác, liên kết với nhau trên cơ sở phân công lao động xã hội. Mỗi hộ nông dân sẽ cung cấp cho CBT một loại hàng hóa, dịch vụ cụ thể do mình sản xuất ra, gắn tư liệu sản xuất mà mình đang sở hữu hoặc gắn với một trình độ, năng khiếu, sở trường, lợi thế... Các hộ nông dân này có nhu cầu hợp tác, liên kết với nhau để trao đổi sản phẩm cho nhau trên cơ sở thỏa thuận hoặc các hợp đồng kinh tế đã được ký kết, nhằm cung cấp đa dạng sản phẩm CBT cho khách du lịch. Việc liên kết này đã góp phần hình thành đa dạng các sản phẩm, dịch vụ CBT, đáp ứng thị hiếu của du khách, góp phần cung ứng vào chuỗi sản phẩm hàng hóa CBT trên địa bàn.

Hai là, nội dung liên kết giữa các doanh nghiệp du lịch với nhau

Các doanh nghiệp du lịch liên kết với nhau để phát huy thế mạnh, bổ sung cho nhau, hạn chế những yếu kém và những bất lợi nhằm đảm bảo phục

vụ tốt các các nhu cầu của du khách từ khâu đầu tiên đến khâu cuối cùng trong chương trình du lịch. Mục đích hợp tác, liên kết là cùng có lợi hoặc chia sẻ lợi nhuận với các bên. Quá trình này đã hình thành nhiều hiệp hội ngành nghề, chuỗi, liên minh khách sạn, lữ hành, vận chuyển khách... trên mỗi lĩnh vực hoạt động. Việc liên kết này thường xảy ra tình huống cạnh tranh về giá cả, chất lượng dịch vụ giữa các doanh nghiệp du lịch để tìm kiếm thị trường, khách hàng.

Ba là, nội dung liên kết giữa hộ nông dân và doanh nghiệp du lịch

Giữa hộ nông dân và doanh nghiệp du lịch hợp tác, liên kết với nhau theo nguyên tắc tự nguyện, không thông qua bất kỳ một khâu trung gian nào diễn ra khá phổ biến. Một bên cung cấp sản phẩm, dịch vụ CBT, một bên tìm kiếm đầu ra (du khách). Hai chủ thể trực tiếp trao đổi, phối hợp xử lý các vấn đề phát sinh trong quá trình hợp tác. Qua đó giải quyết kịp thời, nhanh chóng các vấn đề phát sinh, tiết kiệm chi phí, thời gian. Trên thực tế, có thể diễn ra hợp tác, liên kết giữa một doanh nghiệp du lịch với nhiều hộ nông dân hoặc nhiều doanh nghiệp du lịch với nhiều hộ nông dân. Đối với phát triển CBT thường xảy ra phổ biến đối với cả hai hình thức trên.

Bốn là, nội dung liên kết giữa chính quyền địa phương với doanh nghiệp du lịch và hộ nông dân

Việc liên kết giữa chính quyền địa phương với doanh nghiệp du lịch và hộ nông dân sẽ hình thành chuỗi giá trị trong phát triển sản phẩm, dịch vụ CBT. Chính quyền địa phương tham gia vào việc quản lý, kết nối, điều tiết, định hướng phát triển, hình thành liên kết ba nhà (nhà nước - nhà doanh nghiệp - nhà nông).

Ngoài ra, các nội dung liên kết có thể thực hiện thông thông qua các đơn vị trung gian để liên kết với các doanh nghiệp du lịch và hộ nông dân, như: hợp tác xã và các tổ dịch vụ (hướng dẫn, lưu trú, ẩm thực, mua sắm, vườn du lịch, văn hóa, văn nghệ...) hoặc thông qua Ban Quản lý CBT, chính quyền địa phương. Các đơn vị trung gian này sẽ đại diện các hộ nông dân

hoặc làm cầu nối đàm phán, ký kết hợp đồng với doanh nghiệp du lịch và đảm bảo việc thực hiện các điều khoản đã ký kết. Đơn vị trung gian có vai trò hướng dẫn, đôn đốc, giám sát các hộ nông dân thực hiện theo đúng hợp đồng ký kết trong việc cung cấp các sản phẩm, dịch vụ CBT.

Nhìn chung, việc liên kết giữa các chủ thể nêu trên sẽ được thực hiện trên cơ sở phân công lao động, diễn ra theo từng khâu từ “*sản xuất - phân phối - trao đổi - tiêu dùng*” sản phẩm, dịch vụ CBT.

2.2.2. Tiêu chí đánh giá liên kết kinh tế trong phát triển du lịch cộng đồng trên địa bàn vùng, lãnh thổ

2.2.2.1. Thời gian, độ bền vững và quy mô liên kết kinh tế trong phát triển du lịch cộng đồng trên địa bàn vùng, lãnh thổ

Một là, thời gian liên kết

Thời gian liên kết là thời gian các chủ thể chính trong phát triển CBT tham gia liên kết với nhau. Trong đó quan tâm đến thời gian liên kết giữa các chủ thể (hộ nông dân với hộ nông dân, doanh nghiệp du lịch với doanh nghiệp du lịch, doanh nghiệp du lịch với hộ nông dân) hay là mức độ thường xuyên hợp tác, liên kết giữa chính quyền địa phương các tỉnh, thành trong vùng; mức độ hỗ trợ, định hướng và thực hiện chức năng quản lý nhà nước góp phần thúc đẩy sự phát triển CBT.

Thời gian hợp tác, liên kết giữa các chủ thể được xem xét, đánh giá dựa vào chu kỳ hợp tác, liên kết dài hay ngắn; ổn định hay bị đứt quãng. Ngoài ra, còn phải dựa vào tính chất, yêu cầu của các khâu trong quá trình hợp tác liên quan đến tính chất đặc thù của CBT.

Hai là, độ bền vững của liên kết

Đánh giá kết quả của liên kết kinh tế phản ánh trực tiếp về mặt chất lượng thể hiện ở chiều sâu, mức độ chặt chẽ và tính bền vững tình trạng của các liên kết kinh tế. Liên kết càng chặt chẽ, càng bền vững thì càng có cơ hội mở rộng thị trường và thu hút du khách; đa dạng hóa và nâng cao chất lượng sản phẩm, dịch vụ CBT; nâng cao sức cạnh tranh; giảm chi phí, tăng lợi

nhuận; bổ sung thế mạnh cho nhau làm tăng sức mạnh tổng hợp; sử dụng hợp lý tài nguyên du lịch và các nguồn lực khác... giúp cho du lịch phát triển hài hòa và bền vững.

Độ bền vững của liên kết kinh tế thể hiện qua các tiêu chí sau:

- Mức độ bền vững của việc hợp tác, liên kết giữa chính quyền địa phương các tỉnh, thành trong vùng và tỷ lệ phá vỡ hợp đồng và rời khỏi liên kết giữa các chủ thể (hộ nông dân với hộ nông dân, doanh nghiệp du lịch với doanh nghiệp du lịch, doanh nghiệp du lịch với hộ nông dân).

- Tỷ lệ xung đột giữa các chủ thể tham gia liên kết (xung đột như: không đồng thuận, thực hiện các ghi nhớ, thỏa thuận, xảy ra tranh chấp, kiện cáo...). Giải quyết các xung đột này theo nguyên tắc tự nguyện hay có sự hỗ trợ, tham gia của nhà nước hay thỏa thuận giải quyết thông qua tổ tụng.

- Mức độ tăng trưởng của liên kết giữa các chủ thể: tỷ lệ các chủ thể tham gia liên kết so với tỷ lệ rời bỏ liên kết.

Ba là, quy mô, mức độ liên kết

Đánh giá kết quả của liên kết kinh tế phản ánh trực tiếp về mặt lượng thể hiện ở quy mô tổ chức tổ chức thực hiện liên kết. Quy mô chính quyền địa phương các tỉnh, thành trong vùng có quan hệ hợp tác, liên kết với nhau trong phát triển CBT, mức độ hỗ trợ từ chính quyền địa phương của các tỉnh, thành; Quy mô số lượng và mức độ liên kết giữa các chủ thể (hộ nông dân - hộ nông dân, doanh nghiệp du lịch - doanh nghiệp du lịch, doanh nghiệp du lịch - hộ nông dân); Quy mô giá trị các hợp đồng kinh tế trong từng giai đoạn.

2.2.2.2. Hiệu quả liên kết kinh tế trong phát triển du lịch cộng đồng

Tiêu chí đánh giá hiệu quả của các liên kết kinh tế gồm các nhóm: hiệu quả kinh tế, hiệu quả văn hóa - xã hội và hiệu quả môi trường.

Một là, hiệu quả về mặt kinh tế

Hiệu quả kinh tế phản ánh hiệu quả thuần túy về mặt kinh tế của các chủ thể tham gia liên kết kinh tế đạt được, có thể đánh giá thông qua mức tăng lợi nhuận/thu nhập, hoặc hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh... của các

chủ thể khi tham gia vào liên kết kinh tế.

Hay có thể hiểu, hiệu quả về mặt kinh tế là những thay đổi tích cực về kinh tế mà hoạt động hợp tác, liên kết tạo ra được như:

- Lợi ích về mặt kinh tế của các địa phương khi chính quyền địa phương các tỉnh, thành trong vùng tham gia hợp tác, liên kết với nhau.

- Mức độ chính quyền địa phương và doanh nghiệp du lịch hỗ trợ cho hộ nông dân so với trước khi thực hiện việc liên kết (tài chính, đầu tư cơ sở vật chất, ứng dụng kỹ thuật, công nghệ,...) và mức độ hộ nông dân hoàn thành nghĩa vụ trả nợ nhà nước và doanh nghiệp du lịch.

- Chất lượng sản phẩm, hàng hóa dịch vụ của CBT so với trước khi chưa liên kết qua việc đánh giá, nhận định từ du khách.

- Doanh thu và lợi nhuận của các chủ thể so với trước khi tham gia hợp tác, liên kết.

- Mức độ hỗ trợ của nhà nước và doanh nghiệp du lịch cho hộ nông dân trong việc chuyển giao công nghệ, chuyển đổi số trong phát triển CBT so với khi chưa tiến hành liên kết; Mức độ hộ nông dân, doanh nghiệp du lịch có ứng dụng công nghệ, chuyển đổi số vào các hoạt động phát triển CBT so với trước khi thực hiện việc liên kết.

- Mức độ đầu tư, phát triển kết cấu hạ tầng giao thông, hạ tầng du lịch so với trước khi thực hiện việc liên kết.

Hai là, hiệu quả về mặt văn hóa, xã hội

Hiệu quả về mặt văn hóa, xã hội được thể hiện thông qua việc giải quyết các vấn đề văn hóa, xã hội tại địa phương như cải thiện đời sống văn hóa, xây dựng nếp sống văn hóa, tạo công ăn việc làm, ổn định an ninh trật tự, xây dựng nông thôn mới,... Hay có thể hiểu, là những thay đổi tích cực về văn hóa, xã hội mà hoạt động liên kết kinh tế tạo ra được như:

(1) Góp phần khơi dậy được niềm tự hào của người dân về bản sắc văn hóa dân tộc, đặc biệt là thế hệ trẻ thấy được vai trò, trách nhiệm của mình đối với việc gìn giữ giá trị văn hóa, truyền thống của cộng đồng; nâng cao trình

độ kiến thức để hội nhập với thế giới; nâng cao nhận thức cho các thành viên cộng đồng, tạo nên một kết cấu xã hội chặt chẽ.

(2) Giải quyết việc làm và tăng thu nhập. Bao gồm tỷ lệ giải quyết việc làm, hiệu quả thông qua việc hộ nông dân bán hàng hóa, sản phẩm nông sản, dịch vụ CBT, mức độ thụ hưởng về giáo dục, y tế và các điều kiện sinh hoạt khác của hộ nông dân được cải thiện nhờ vào tăng thu nhập và nâng cao mức sống so với trước khi chưa liên kết; việc đóng góp vào nguồn thu chung cho quỹ cộng đồng cũng như ngân sách, góp phần vào xóa đói giảm nghèo, giảm khoảng cách nông thôn - thành thị so với trước khi chưa liên kết.

(3) Giúp các hộ nông dân tiếp cận nguồn vốn để phát triển hoạt động sản xuất, kinh doanh, đáp ứng nhu cầu sinh hoạt của các hộ dân trong cộng đồng,... từ đó tạo điều kiện thuận lợi để tham gia có hiệu quả vào hoạt động phát triển CBT tại địa phương so với trước khi chưa liên kết.

Ba là, hiệu quả về môi trường

Hiệu quả về môi trường phản ánh những đóng góp thông qua việc giải quyết các vấn đề như vệ sinh môi trường, ý thức trách nhiệm trong việc giữ gìn, tôn tạo môi trường,... hay những thay đổi tích cực về môi trường mà hoạt động liên kết kinh tế tạo ra được như:

(1) Việc cộng đồng địa phương nhận thức được trách nhiệm, trực tiếp tham gia vào quá trình bảo vệ, giữ gìn và tôn tạo cảnh quan môi trường sinh thái, bảo tồn các giá trị tài nguyên thiên nhiên bản địa, cảnh giác trước các hiện tượng tác động xấu đến môi trường.

(2) Mức độ hiệu quả và cải thiện về các vấn đề môi trường so với trước khi có liên kết.

2.2.3. Nhân tố ảnh hưởng liên kết kinh tế trong phát triển du lịch cộng đồng trên địa bàn vùng, lãnh thổ

2.2.3.1. Nhân tố ảnh hưởng đến liên kết các chủ thể thuộc địa phương khác nhau trong vùng, lãnh thổ

Một là, vai trò của nhà nước và hệ thống các chính sách, môi trường pháp lý liên quan đến liên kết kinh tế nhằm phát triển CBT

Nhà nước sẽ tạo lập môi trường pháp lý cho các chủ thể tham gia hợp tác, liên kết để phát triển CBT trong tổng thể vùng ở các khía cạnh ban hành hệ thống những chính sách hỗ trợ vốn, hoạt động xúc tiến đầu tư, quảng bá hình ảnh du lịch,... và thực hiện chức năng quản lý nhà nước đối với hoạt động hợp tác, liên kết hướng đến sự bền vững.

Nhà nước đề ra chủ trương, cơ chế chính sách thông qua: chiến lược, nghị định, đề án, quy hoạch, quyết định, kế hoạch và các văn bản pháp lý khác... để định hướng sự phát triển. Chính quyền các địa phương có vai trò định hướng phát triển thông qua việc cụ thể hóa cơ chế, chính sách của nhà nước để thúc đẩy sự phát triển CBT.

Nhà nước thực hiện chức năng quản lý để giải quyết các tranh chấp phát sinh trong quá trình liên kết kinh tế (với vai trò là trọng tài) và cung cấp dịch vụ tư vấn pháp luật liên quan đến liên kết kinh tế khi các chủ thể có nhu cầu. Quá trình hợp tác, liên kết sẽ xuất hiện nhiều vấn đề phát sinh so với các cam kết ban đầu mà các bên tham gia không thể thỏa thuận, giải quyết được, điều này dễ dẫn đến mâu thuẫn, làm giảm lòng tin các bên tham gia, ảnh hưởng đến hiệu quả và tính bền vững của liên kết. Vì vậy, sự can thiệp, hỗ trợ từ nhà nước để giải quyết tranh chấp là điều kiện quan trọng, đảm bảo sự thành công, tính bền vững của liên kết, từ đó thúc đẩy sự phát triển của liên kết kinh tế trong phát triển CBT.

Hai là, thị trường du lịch và du khách

Thị trường có ảnh hưởng quan trọng đến sự phát triển CBT. Đặc điểm của thị trường du lịch là sở thích khám phá của du khách về điểm đến, do đó du khách sẽ tìm đến doanh nghiệp du lịch để mua dịch vụ du lịch, qua đó thúc đẩy quá trình hợp tác, liên kết của doanh nghiệp du lịch với các điểm đến ở các tỉnh, thành trong vùng - nơi có các chủ thể là hộ nông dân đang sẵn sàng có nhu cầu hợp tác, liên kết để cung ứng sản phẩm, dịch vụ CBT ra thị trường du lịch. Nếu như các tỉnh, thành trong vùng thực hiện tốt việc hợp tác, liên kết trong phát triển CBT thì sẽ khai thác có hiệu quả thị trường du lịch này.

Do đó, liên kết kinh tế giữa các chủ thể chỉ tồn tại khi doanh nghiệp du lịch bán được sản phẩm, dịch vụ du lịch mà họ liên kết, mua được từ hộ nông dân trong cộng đồng làm du lịch. Tức là thị trường du lịch và du khách phải có nhu cầu chấp nhận (về chất lượng, giá cả) đối với sản phẩm, dịch vụ du lịch, từ đó liên kết kinh tế mới được tạo lập.

Thị trường và du khách là yếu tố quan trọng trong phát triển CBT. Hợp đồng liên kết kinh tế giữa các chủ thể sẽ được hình thành dựa trên nhu cầu của thị trường và thị hiếu của du khách. Lợi ích của các bên tham gia hợp đồng liên kết kinh tế phụ thuộc vào thị trường. Nguy cơ phá vỡ hợp đồng hợp tác, liên kết cũng có thể diễn ra do sự biến động của thị trường (về nhu cầu của du khách, giá cả và cạnh tranh).

Ba là, hội nhập quốc tế và xu hướng phát triển của ngành du lịch trong thời kỳ hậu Covid-19

Bối cảnh hội nhập quốc tế diễn ra ngày càng sâu rộng và toàn diện như hiện nay đã tạo ra cơ hội cho ngành du lịch nói chung và CBT nói riêng. Quá trình hội nhập kinh tế quốc tế sẽ quảng bá hình ảnh của đất nước, mở ra cơ hội tìm kiếm thị trường, thu hút du khách quốc tế nhiều hơn, mở ra cơ hội liên kết các chương trình du lịch trong tổng thể vùng. Khi các loại hình du lịch mới được hình thành góp phần thúc đẩy quá trình liên kết giữa các chủ thể để xây dựng đa dạng các sản phẩm du lịch đặc thù với cộng đồng mà mình sinh sống.

Thực tiễn cho thấy, dịch bệnh Covid-19 đã tác động rất lớn đến ngành du lịch, làm thay đổi quan niệm sống của con người. Sau Covid-19, nhu cầu du lịch trải nghiệm gần gũi thiên nhiên, đi theo nhóm nhỏ (hoặc đi phượt) có chiều hướng phát triển, CBT đang phát triển mạnh ở một số địa phương với nhiều mô hình, cách làm sáng tạo. Xu hướng trở về với cộng đồng, sinh thái, tìm nơi tránh ồn ào, tiếp xúc đông người, đề nghị dưỡng có thể là sự lựa chọn sắp tới của du khách trong thời kỳ hậu Covid-19 hoặc trong bối cảnh các loại dịch bệnh toàn cầu khác đang tiềm ẩn nhiều nguy cơ, thách thức và diễn biến bất ngờ, khó lường. Điều đó có thể sẽ ảnh hưởng đến sự phát triển CBT trong tương lai.

2.2.3.2. Nhân tố ảnh hưởng đến liên kết các chủ thể trong một địa phương của vùng, lãnh thổ

Một là, nhận thức, tâm lý, tư duy và động cơ của các chủ thể liên kết

Mỗi chủ thể tham gia liên kết có mục đích, động cơ và nhu cầu riêng, điều đó ảnh hưởng đến việc đưa ra các quyết định hợp tác, liên kết. Để tăng hiệu quả hoạt động, các chủ thể cần nhận thức đầy đủ vị trí, vai trò của hợp tác, liên kết và xây dựng được kế hoạch, chương trình hợp tác, liên kết trong phát triển CBT.

Tâm lý, tư duy của hộ nông dân đều luôn mong muốn đưa sản phẩm, dịch vụ của mình tạo ra được sự tiếp nhận từ phía du khách và luôn có tư duy cạnh tranh, độc quyền, tạo thương hiệu sản phẩm cho riêng mình. Do đó, hộ nông dân sẽ sẵn sàng liên kết với doanh nghiệp du lịch và tranh thủ sự hỗ trợ của nhà nước để thực hiện kế hoạch đó của mình. Tuy nhiên, thực tiễn thấy rằng, tâm lý đố kỵ hoặc chạy theo lợi nhuận, các hộ nông dân dễ dàng rời khỏi, phá vỡ liên kết, không tiếp tục hợp tác vì mục tiêu lợi nhuận trước mắt.

Tâm lý, tư duy của doanh nghiệp du lịch là tìm kiếm khách hàng và vì mục tiêu lợi nhuận. Việc hợp tác, liên kết với hộ nông dân là với mục đích khai thác tối đa lợi thế, tiềm năng sẵn có ở điểm đến để thu hút du khách. Vì thế, tâm lý của doanh nghiệp du lịch luôn lựa chọn chủ thể có sản phẩm CBT độc đáo, mới lạ, chất lượng tốt để hợp tác, liên kết với mong muốn nâng cao chất lượng dịch vụ và tìm kiếm sản phẩm, dịch vụ du lịch tối ưu nhất.

Động cơ tham gia của hộ nông dân chịu ảnh hưởng bởi các yếu tố: (1) Chính sách hỗ trợ, tuyên truyền, kết nối... của chính quyền địa phương; (2) Lợi ích kinh tế khi tham gia liên kết (lợi ích càng cao thì động cơ tham gia càng nhiều); (3) Khả năng nắm bắt thông tin thị trường, khả năng tiếp thu kiến thức, tiếp cận chính sách, nhạy bén kết nối, tạo tiền đề mở rộng liên kết để có cơ hội kinh doanh; (4) Hộ nông dân có mối quan hệ tốt với hàng xóm, láng giềng, chính quyền địa phương thì mức độ sẵn sàng tham gia vào liên kết sẽ cao; (5) Nguồn nhân lực trong hộ nông dân càng nhiều, trẻ tuổi

thì có khả năng tham gia vào liên kết càng cao, do đó nguồn nhân lực dồi dào sẽ thúc đẩy động cơ liên kết, hợp tác nhiều hơn.

Động cơ của doanh nghiệp du lịch khi tham gia liên kết là luôn mong muốn tìm đến sản phẩm, dịch vụ CBT có chất lượng, giá thành rẻ để bán cho du khách nhằm mục tiêu tối đa hóa lợi nhuận cho doanh nghiệp. Vì vậy, doanh nghiệp du lịch mong muốn hợp tác, khai thác có hiệu quả hàng hóa, dịch vụ tại điểm đến để đem đến sự hài lòng cho du khách, củng cố uy tín thương hiệu. Đồng thời, tranh thủ sự hỗ trợ của nhà nước, kết nối thông qua các chương trình, dự án để ký kết các bản ghi nhớ, thỏa thuận, hợp tác đầu tư, mở rộng thị trường, tiếp cận nguồn vốn từ phía nhà nước.

Động cơ từ phía nhà nước tham gia vào liên kết này nhằm nâng cao hiệu lực, hiệu quả quản lý nhà nước trong lĩnh vực du lịch, góp phần giải phóng nguồn lực, thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội của địa phương.

Hai là, trình độ, năng lực của các chủ thể tham gia liên kết trong phát triển CBT của địa phương

Nhân tố này ảnh hưởng đến phạm vi, thời gian, quy mô, nội dung, tính hiệu quả và độ bền vững trong quá trình hợp tác, liên kết giữa các chủ thể.

(1) Trình độ, tiềm lực của các doanh nghiệp du lịch trong việc liên kết với các chủ thể với vai trò là “nhà phân phối hàng hóa” đến “người tiêu dùng - du khách” để sử dụng các sản phẩm, dịch vụ của CBT của các hộ nông dân.

(2) Năng lực của hộ nông dân trong quá trình liên kết với các chủ thể để cung cấp các sản phẩm, dịch vụ CBT. Bao gồm năng lực sản xuất, cung ứng dịch vụ, năng lực về nhân lực, tư liệu sản xuất gắn với nông nghiệp, nông thôn, cộng đồng đảm bảo về quy mô, đáp ứng được nhu cầu của du khách.

(3) Năng lực của các cơ quan quản lý nhà nước về du lịch trong việc phát huy vai trò điều phối, dẫn dắt, thúc đẩy liên kết giữa các chủ thể. Trong đó bao gồm năng lực quản lý, năng lực dự báo, định hướng tầm nhìn cho quy hoạch tổng thể phát triển CBT.

2.3. KINH NGHIỆM VỀ LIÊN KẾT KINH TẾ TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỘNG ĐỒNG VÀ BÀI HỌC RÚT RA CHO VÙNG ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG

2.3.1. Một số kinh nghiệm trong nước

2.3.1.1. Kinh nghiệm của Vùng Tây Bắc

Tây Bắc có 06 tỉnh (Lào Cai, Lai Châu, Yên Bái, Điện Biên, Sơn La, Hòa Bình), là vùng có điều kiện tự nhiên, thiên nhiên và phong cảnh hùng vĩ, có nền văn hóa đa dạng, là vùng có nhiều điều kiện thuận lợi để phát triển CBT. Thời gian qua, CBT tại các tỉnh Tây Bắc rất phát triển nhờ vào việc thực hiện các giải pháp hợp tác, liên kết.

Để khai thác tối ưu tiềm năng, lợi thế về tài nguyên du lịch của vùng Tây Bắc, chính quyền địa phương 06 tỉnh Tây Bắc đã phối hợp, liên kết với nhau ký chương trình hợp tác với tỉnh Phú Thọ, Hà Giang. Các tỉnh còn liên kết để khai thác lợi thế về tài nguyên để phát triển CBT do các tỉnh Hòa Bình, Lào Cai, Sơn La và Hà Giang nằm trên trục đường chính, nơi đây có không gian văn hóa độc đáo, nổi tiếng được UNESCO công nhận là Di sản Văn hóa phi vật thể như “Nghệ thuật Xòe Thái” của dân tộc Thái. Mặt khác, Tây Bắc có dân tộc đa dạng, trong đó dân tộc Mường có số dân lớn nhất, ngoài ra còn khoảng 20 dân tộc khác như Mông, Dao, Tày, Kinh, Nùng,... vì thế Tây Bắc thu hút được nhiều du khách khách đến với CBT.

Mặt khác, chính quyền địa phương các tỉnh này đã liên kết với doanh nghiệp du lịch và hộ nông dân trong vùng để phát triển CBT, bước đầu đã đạt được nhiều thành công nổi bật. Từ đó đã tạo được nguồn thu nhập ổn định cho cộng đồng, góp phần xóa đói giảm nghèo, tạo động lực tăng trưởng mạnh mẽ và chuyển dịch cơ cấu kinh tế vùng theo hướng hiện đại.

Hoạt động liên kết được phát triển với nhiều hình thức đa dạng, phong phú. Du khách đến với cộng đồng để trải nghiệm, cùng làm nông với người dân, dùng nhiều món ăn đặc sản của vùng Tây Bắc... Việc liên kết giữa các chủ thể diễn ra rất tốt và phát triển các sản phẩm, dịch vụ dưới dạng

homestay, du lịch “bản”, du lịch sinh thái cộng đồng. Điển hình như du lịch bản, làng ở Mộc Châu (Sơn La), Mai Châu (Hòa Bình), Sa Pa (Lào Cai)... Các mô hình CBT này có sự hợp tác, liên kết chặt chẽ giữa các chủ thể để tạo ra sản phẩm, dịch vụ CBT độc đáo phục vụ du khách. Qua đó, du khách có cơ hội tìm hiểu, khám phá, trải nghiệm những nét đặc sắc, độc đáo của văn hóa bản địa vùng Tây Bắc.

Các hộ nông dân nơi đây được hỗ trợ từ phía nhà nước, thông qua việc được tạo điều kiện tiếp cận và cho vay vốn, cho thuê đất để cải tạo nhà cửa, đầu tư hạ tầng để phát triển CBT. Doanh nghiệp du lịch cũng được tạo điều kiện đầu tư nhà nghỉ, khách sạn. Mở được nhiều lớp tập huấn nghiệp vụ, cách thức làm CBT, các chủ thể tham gia được chỉ dẫn từ cách thức làm CBT nói chung, đến việc hướng dẫn làm du lịch và giao tiếp, phục vụ du khách các vùng khác trong nước và khách quốc tế, cách thức chế biến các món ăn đặc trưng vùng Tây Bắc nhưng phù hợp cho du khách, tuy văn hóa ẩm thực mỗi vùng miền khác nhau.

Việc liên kết giữa các chủ thể diễn ra khá nhuần nhuyễn giữa các hộ nông dân với hộ nông dân và giữa hộ nông dân với chính quyền địa phương và doanh nghiệp du lịch. Từ đó, nguồn thu tăng lên góp phần cải thiện đáng kể cuộc sống của người dân và cộng đồng địa phương.

Tuy nhiên, việc liên kết kinh tế trong phát triển CBT tại đây còn bộc lộ nhiều yếu điểm. Mặc dù có hợp tác, liên kết giữa các chủ thể để khai thác thế mạnh, tiềm năng nhưng sản phẩm lưu niệm tại các điểm CBT còn bị trùng lặp; công tác tôn tạo, bảo tồn cảnh quan, môi trường tuy được chính quyền địa phương, các các chủ thể có liên quan quan tâm nhưng chưa thật sự đúng mức, vì thế cảnh quan, môi trường bị ảnh hưởng; mặc dù thực hiện nhiều hoạt động xúc tiến, quảng bá CBT khá rộng rãi nhưng lượng khách du lịch không ổn định, chủ yếu tập trung theo mùa vụ, vì thế thu nhập của người dân chưa ổn định. Sự tham gia của các bên có liên quan trong liên kết kinh tế chưa thể hiện hết vai trò và trách nhiệm như mong muốn.

2.3.1.2. Kinh nghiệm của Vùng Tây Nguyên

Tây Nguyên có 47 dân tộc khác nhau sinh sống tại 05 tỉnh (Kon Tum, Gia Lai, Đắk Lắk, Đắk Nông và Lâm Đồng) vì thế có nền văn hóa rất đặc sắc, là vùng có điều kiện, tiềm năng và lợi thế để phát triển CBT một cách rộng rãi. Nơi đây thu hút nhiều khách quốc tế đến tham quan du lịch. Các điểm CBT nổi tiếng phải kể đến là buôn Đôn bên sông Serepok, bản Voi; buôn Jun, buôn Ako Dhong (Đắk Lắk)... UBND các tỉnh đã xây dựng dự án về CBT. Để thực hiện các giải pháp phát triển CBT, chính quyền địa phương các tỉnh này đã hợp tác tổ chức các lớp tập huấn kiến thức xây dựng và phát triển các sản phẩm CBT, homestay, kỹ năng giao tiếp, chăm sóc và phục vụ du khách, kỹ năng chế biến món ăn. Tổ chức nhiều chương trình văn nghệ dân gian, văn hóa công chiêng đặc sắc, đốt lửa trại để phục vụ khách du lịch hàng đêm...

Các tỉnh khu vực Tây Nguyên đã ký kết các chương trình hợp tác phát triển du lịch, trong đó có CBT để phục hồi ngành “công nghiệp không khói” sau đại dịch Covid-19. Thường xuyên hợp tác, liên kết giữa các tỉnh nội Vùng và các tỉnh, thành khác trong cả nước, các trung tâm du lịch lớn như Hà Nội, thành phố Hồ Chí Minh. 05 tỉnh Tây Nguyên đã hợp tác, ký kết với thành phố Hồ Chí Minh kế hoạch triển khai thỏa thuận hợp tác phát triển kinh tế - xã hội giữa thành phố Hồ Chí Minh và các tỉnh Tây Nguyên năm 2023, giai đoạn 2024 - 2025, trong đó có phát triển du lịch và CBT. Ngoài ra, 05 tỉnh Tây Nguyên cũng đã ký kết thỏa thuận, hợp tác phát triển du lịch với 05 địa phương miền Trung, tập trung vào ba lĩnh vực chính “hợp tác về công tác quản lý nhà nước về du lịch, hợp tác phát triển các sản phẩm du lịch; hợp tác về quảng bá xúc tiến du lịch”. Việc ký kết này đã xác lập cơ sở pháp lý hợp tác, liên kết nội vùng và ngoại vùng để khai thác, phát huy tiềm năng, lợi thế của CBT, là cơ sở pháp lý cho việc hỗ trợ và tạo điều kiện cho doanh nghiệp du lịch, hộ nông dân các tỉnh trong chương trình liên kết.

Tuy nhiên, CBT nơi đây còn những hạn chế nhất định như môi trường rừng bị ảnh hưởng, văn hóa truyền thống bị mai một, CBT phát triển tự phát thiếu kiểm soát,... Một số mô hình CBT chưa đạt kết quả cao do chưa có sự

tham gia của doanh nghiệp du lịch tại các buôn, chưa có sự tham gia phối hợp chặt chẽ giữa các chủ thể. Chương trình hợp tác, liên kết vùng trong phát triển du lịch nói chung và CBT nói riêng ở Tây Nguyên vẫn còn tình trạng mạnh tinh nào nấy làm mà chưa có sự hợp tác, liên kết, hỗ trợ lẫn nhau.

2.3.2. Một số kinh nghiệm của nước ngoài

2.3.2.1. Kinh nghiệm của Thái Lan

Trong khu vực Đông Nam Á, Thái Lan là một trong những nước đi tiên phong phát triển CBT, trong đó yếu tố doanh nghiệp du lịch được Chính phủ Thái Lan quan tâm đầu tư nguồn lực cho phát triển, có nhiều bước đi tiên phong. Ở Thái Lan, những năm qua đã phát huy vai trò của doanh nghiệp xã hội vì thế CBT đã đạt được khá nhiều thành công. Chính phủ nước này đã có những ưu đãi đặc biệt cho các doanh nghiệp, cho phép được hưởng lợi tức lên tới 20%/năm, ngược lại doanh nghiệp du lịch khi tham gia hoạt động liên kết phát triển CBT phải có nghĩa vụ đối với cộng đồng về các vấn đề xã hội, môi trường... [21, tr.68].

Chính phủ nước này đã tận dụng những yếu tố hấp dẫn từ những đặc trưng của bản địa để phát triển du lịch bền vững. Để cho du khách hài lòng khi trải nghiệm các hoạt động CBT, những hộ dân khi tham gia liên kết sẽ được trải qua những khóa đào tạo kỹ năng phục vụ du khách. Các chủ thể tham gia liên kết cũng được hướng dẫn phân bổ lợi nhuận thu được, cũng như tuyên truyền nhận thức về sự tự nguyện đóng góp vào cộng đồng.

Thái Lan đã rất quan tâm đến việc bảo tồn, phát huy những giá trị truyền thống, văn hóa đặc sắc của cộng đồng và đã triển khai nhiều hoạt động thiết thực, hiệu quả. Điển hình như các hoạt động thúc đẩy phát triển loại hình lưu trú (homestay), thúc đẩy phát triển các mô hình cho du khách trải nghiệm cuộc sống sinh hoạt hằng ngày của người dân, qua đó du khách sẽ cảm nhận được sự chân thật nhất về những giá trị văn hóa truyền thống ở cộng đồng. Việc xây dựng sản phẩm CBT “xanh” là chiến lược mà các cơ quan quản lý du lịch và chính phủ nước này quan tâm.

Chính phủ Thái Lan xem phát triển CBT là một trong những giải pháp

xóa đói, giảm nghèo và nâng cao chất lượng cuộc sống dân cư. Vì thế, luôn khuyến khích những nơi có tiềm năng, điều kiện để phát triển CBT. Cộng đồng được khuyến khích tham gia vào các khâu của quá trình cung cấp sản phẩm, dịch vụ cho du khách. Khi đó, lợi nhuận có được từ hoạt động liên kết kinh tế trong phát triển CBT sẽ được quay lại về địa phương, góp phần thực hiện các mục tiêu phát triển cộng đồng.

Để quản lý hoạt động CBT tự phát, thiếu liên kết, Chính phủ Thái Lan đã có nhiều giải pháp quản lý, như phối hợp các cơ quan, đơn vị thành lập quỹ hỗ trợ nghiên cứu, quỹ an ninh dân tộc thiểu số và các công ty lữ hành để thành lập dự án phát triển CBT, mục đích để liên kết kinh tế giữa các chủ thể tham gia, nâng cao điều kiện dân sinh, nhận thức về trách nhiệm của các chủ thể đối với cộng đồng. Chính quyền địa phương đã cùng người dân bản làng đánh giá và điều tra lại các nguồn lực sẵn có để hoạch định, xác định mục tiêu, kế hoạch hành động, tổ chức tập huấn các kỹ năng, nghiệp vụ, các dịch vụ lưu trú, nhà hàng, phát triển các sản phẩm, dịch vụ. Chính quyền địa phương cùng với người dân bản địa, đóng góp ý kiến, xây dựng kế hoạch, phân công thành viên thực hiện. Ngoài ra, thành viên cộng đồng đã đề xuất ý tưởng, quy định, chính sách giá cả và tự điều chỉnh công bằng thông qua việc cung cấp dịch vụ theo phương pháp luân phiên giữa các chủ thể tham gia liên kết kinh tế để đảm bảo đoàn kết, cùng chia sẻ lợi ích. Người dân tham gia liên kết cung cấp dịch vụ CBT được hưởng 80% thu nhập, đóng góp vào quỹ phát triển cộng đồng 5%, đóng góp vào Ban quản lý du lịch làng 15%. Qua đó giải quyết được công ăn việc làm cho chính người dân tại địa phương [98, tr.91].

2.3.2.2. Kinh nghiệm của Malaysia

Malaysia cũng là quốc gia nằm ở khu vực Đông Nam Á, có những điều kiện thuận lợi cho phát triển CBT tương đồng với Việt Nam. Trong quá trình phát triển CBT, Chính phủ Malaysia đã có chính sách hỗ trợ, cho phép hiệp hội du lịch homestay cấp giấy phép cho hộ kinh doanh dịch vụ lưu trú, triển khai các chương trình xúc tiến, phát triển mô hình điểm. Các chương trình du lịch homestay được khuyến khích chọn vì đó là mô hình điểm để các địa

phương khác nơi theo. Mỗi quan hệ phối hợp giữa người dân và chính quyền địa phương tương đối mật thiết, trong đó các hộ này được khuyến khích tham gia trực tiếp chương trình quảng bá du lịch tại nước ngoài; khách du lịch homestay được lưu trú ở nhà dân, được thưởng thức món ăn địa phương, tìm hiểu cách thức sinh hoạt và tham gia vào các hoạt động văn hóa, văn nghệ, sản xuất cùng với cộng đồng.

Chính phủ Malaysia cũng ban hành nhiều cơ chế, chính sách đầu tư vào CBT như cho các hộ nông dân vay vốn với lãi suất thấp, bảo lãnh doanh nghiệp du lịch vay vốn của chính phủ, hỗ trợ doanh nghiệp về thuế; hỗ trợ chuyên gia tư vấn, nghiên cứu thị trường và xây dựng chiến lược phát triển sản phẩm CBT của địa phương. Chính phủ nước này cũng đầu tư hàng trăm triệu ringgit vào việc nâng cấp, xây dựng kết cấu hạ tầng, các dịch vụ bổ sung, cải thiện môi trường để ưu tiên cho phát triển CBT tại địa phương mình.

Để hỗ trợ nông dân làm du lịch và cải thiện thu nhập từ CBT, Chính phủ Malaysia và chính quyền địa phương rất quan tâm hoạt động xúc tiến phát triển CBT. Một mặt, địa phương yêu cầu các doanh nghiệp du lịch tích cực tham gia vào kế hoạch xúc tiến quảng bá, xây dựng các chương trình du lịch homestay để kéo dài thời gian lưu trú của khách. Các doanh nghiệp du lịch trong chuỗi liên kết, và các hộ nông dân khi tham gia chương trình của CBT sẽ sử dụng một logo chung và logo này được xuất hiện trên các ấn phẩm và chương trình quảng cáo. Mặt khác, các doanh nghiệp du lịch quan tâm hỗ trợ tập huấn nghiệp vụ nhân lực tham gia dịch vụ du lịch, giúp đỡ các hộ gia đình trong việc đào tạo chuyên môn nghiệp vụ kỹ năng chăm sóc khách hàng, nâng cao ngoại ngữ, kiến thức kinh tế về tìm hiểu nhu cầu thị hiếu khách hàng hoặc những kỹ năng marketing cơ bản, có khả năng áp dụng được công nghệ thông tin và quá trình quảng bá sản phẩm ...

Tuy nhiên, việc liên kết kinh tế trong phát triển CBT ở Malaysia cũng gặp phải một số hạn chế nhất định. Chính phủ và chính quyền địa phương nước này có hỗ trợ cho các doanh nghiệp, hộ dân vay vốn để đầu tư vào dịch vụ du

lịch nhưng nguồn vay vốn này còn khá hạn hẹp dẫn đến người dân xây dựng các cơ sở lưu trú mới có tăng, nhưng nhiều cơ sở chưa đạt được các tiêu chuẩn về vị trí phòng ngủ, nhà tắm, nhà vệ sinh, an ninh an toàn, thậm chí ở một số làng có nhiều nhà dân làm dịch vụ homestay và CBT có nhà tắm ở xa phòng nghỉ của khách, nơi vệ sinh nằm ngoài trời,... làm cho nhiều khách du lịch không có ý định quay trở lại lần thứ hai tại một số địa điểm CBT nổi tiếng.

2.3.3. Bài học rút ra cho vùng đồng bằng sông Cửu Long

Một là, phải thực hiện việc liên kết lập quy hoạch, đầu tư cho phát triển CBT

Sự phát triển tự phát, manh mún của CBT các vùng trong cả nước nói chung và vùng ĐBSCL nói riêng trong thời gian qua cho thấy chính quyền địa phương các tỉnh, thành chưa thật sự quan tâm đúng mức đến CBT, cũng chưa đo lường được hiệu quả kinh tế, văn hóa, xã hội và môi trường một cách cụ thể từ CBT mang lại cho địa phương. Vì thế, đến nay chưa có quy hoạch tổng thể, chiến lược lâu dài về CBT cho toàn vùng ĐBSCL. Do vậy, các tỉnh, thành vùng ĐBSCL cần có chiến lược bài bản trong việc quy hoạch, bởi vì CBT là loại hình không thể cho phát triển ồ ạt mà cần có định hướng, dựa trên đặc điểm tự nhiên, văn hóa, xã hội và lợi thế sẵn có của mỗi địa phương.

Chính quyền địa phương các tỉnh, thành vùng ĐBSCL cần hợp tác, liên kết với nhau để thực hiện tốt công tác quy hoạch, đầu tư kết cấu hạ tầng giao thông đồng bộ để liên kết giữa các tỉnh, thành và hạ tầng giao thông nông thôn kết nối đến vùng sâu, vùng xa trên cơ sở không làm ảnh hưởng đến cảnh quan, môi trường sinh thái. Đồng thời, phát triển CBT cần đặt trong tổng thể vùng để khai thác lợi thế và sự khác biệt của từng địa phương. Vì vậy, các tỉnh, thành cần tăng cường hợp tác, liên kết vùng và tham gia tích cực vào việc xây dựng chuỗi liên kết trên cơ sở phát huy lợi thế so sánh của từng địa phương.

Hai là, về xây dựng chính sách hỗ trợ các chủ thể tham gia liên kết

Thực tế cho thấy các hộ nông dân ở vùng ĐBSCL còn khó khăn về vốn, họ thiếu vốn để đầu tư nâng cấp cơ sở lưu trú đạt chuẩn, khó trong việc liên kết với doanh nghiệp du lịch và chính quyền địa phương để được hỗ trợ đầu

tư. Các doanh nghiệp du lịch thì không mấy “mặn mà” với việc đầu tư cho CBT bởi vì doanh nghiệp sẽ khó thu hồi vốn và lợi nhuận không cao. Mặt khác, thu nhập của các hộ làm homestay còn khiêm tốn, hộ nào chi phần trăm lợi nhuận cho hướng dẫn viên nhiều thì mới được đón nhiều khách, bán được sản phẩm du lịch. Vì vậy, CBT ở vùng ĐBSCL muốn phát triển, cần có sự quan tâm và cuộc của chính quyền các tỉnh, thành trong việc hỗ trợ các hoạt động liên kết kinh tế giữa các hộ nông dân và doanh nghiệp du lịch. Cần ưu tiên thực hiện những cơ chế, chính sách hỗ trợ vốn, xây dựng thương hiệu du lịch và thực hiện các giải pháp nâng cao nhận thức của các chủ thể về vai trò liên kết kinh tế trong phát triển CBT.

Ba là, thúc đẩy hợp tác, liên kết và giải quyết hài hòa lợi ích giữa các chủ thể nhằm nâng cao chất lượng sản phẩm, dịch vụ CBT

Việc phát triển CBT cần có sự hợp tác, liên kết vững chắc giữa các chủ thể tham gia, đồng thời phân phối hài hòa về mặt lợi ích giữa các chủ thể, nhất là lợi ích của người dân và doanh nghiệp thì khi đó sự phát triển này mới thực sự bền vững.

Du khách là chủ thể sử dụng sản phẩm, dịch vụ của CBT, vì thế, mục tiêu hướng đến là sự hài lòng và sự kỳ vọng của du khách. Để nâng cao chất lượng sản phẩm, dịch vụ CBT, cần khai thác các giá trị văn hóa truyền thống bản địa ở cộng đồng. Các chủ thể tham gia liên kết cần có sự trao đổi, thống nhất để tạo sự đồng thuận trong việc xây dựng sản phẩm, dịch vụ CBT. Nhà nước, doanh nghiệp du lịch và hộ nông dân làm CBT phải có sự hợp tác, liên kết chặt chẽ từ khâu sản xuất đến trao đổi và phân phối sản phẩm, dịch vụ du lịch. Nâng cao năng lực phục vụ khách du lịch thông qua việc tham gia các chương trình đào tạo, bồi dưỡng, tập huấn nâng cao kiến thức, kỹ năng, nghiệp vụ làm CBT. Tạo cơ chế tự quản, có khả năng tự điều phối hiệu quả hoạt động liên kết kinh tế trong phát triển CBT.

Chương 3
THỰC TRẠNG LIÊN KẾT KINH TẾ TRONG PHÁT TRIỂN
DU LỊCH CỘNG ĐỒNG Ở VÙNG ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG
GIAI ĐOẠN 2019 - 2023

3.1. KHÁI QUÁT VỀ DU LỊCH VÀ DU LỊCH CỘNG ĐỒNG Ở VÙNG ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG GIAI ĐOẠN 2019 - 2023

3.1.1. Khái quát về du lịch vùng đồng bằng sông Cửu Long

ĐBSCL với vị trí địa lý là cực nam của Việt Nam, có vị trí địa chính trị, địa quân sự, địa kinh tế chiến lược quan trọng đối với cả nước. ĐBSCL còn được gọi là vùng đồng bằng sông Mê Kông, vùng đồng bằng Nam Bộ, vùng Tây Nam Bộ, Cửu Long hoặc theo cách gọi ngắn gọn là Miền Tây; ĐBSCL có 01 thành phố trực thuộc Trung ương và 12 tỉnh, gồm: thành phố Cần Thơ, tỉnh Long An, Tiền Giang, Bến Tre, Vĩnh Long, Trà Vinh, Đồng Tháp, An Giang, Hậu Giang, Sóc Trăng, Kiên Giang, Bạc Liêu và Cà Mau. ĐBSCL có diện tích 40.547,2 km (chiếm 13% diện tích cả nước), dân số là 17.367.169 người [8].

ĐBSCL có điều kiện tự nhiên, tài nguyên thiên nhiên, hệ sinh thái, điều kiện kinh tế, văn hóa - xã hội và kết cấu hạ tầng kinh tế, kỹ thuật đặc trưng của vùng đất Tây Nam Bộ, phù hợp với phát triển du lịch sinh thái, du lịch nông nghiệp, CBT gắn với sinh thái miệt vườn, đồng lúa, sông nước, thủy hải sản,... (*Xem phụ lục*). Trong Chương trình hợp tác Tiểu vùng sông Mêkong, ĐBSCL được đặc biệt quan tâm, đây chính là cơ hội đẩy mạnh hợp tác với các nước trong khu vực để phát triển kinh tế - xã hội nói chung và liên kết kinh tế phát triển du lịch nói riêng.

Giai đoạn 2019 - 2023, bị tác động rất lớn bởi đại dịch Covid-19, ngành du lịch gặp vô vàn khó khăn, nhiều điểm đến, nhà hàng, khách sạn,... phải đóng cửa. Năm 2019 số lượng du khách đạt 47.042.868 lượt khách, tăng nhiều so với những năm trước, nhưng từ đầu năm 2020 đến năm 2021, tổng lượt khách và doanh thu liên tục giảm. Ngành du lịch ĐBSCL cùng cả nước

đã nỗ lực, đẩy mạnh các hoạt động liên kết, hợp tác với phương châm “vừa chống dịch Covid-19, vừa phục hồi du lịch”. Sau dịch bệnh, các tỉnh, thành trong vùng đã có nhiều nỗ lực, đầu tư lại hạ tầng điểm đến, cải thiện và nâng chất lượng dịch vụ, sản phẩm du lịch để xúc tiến, quảng bá du lịch. Năm 2022, tổng số du khách đến ĐBSCL đạt 44.040.012 lượt khách với tổng doanh thu 33.977 tỷ đồng; Năm 2023 đạt 44.952.080 lượt khách, trong đó có gần 2 triệu lượt khách quốc tế, tổng doanh thu đạt 45.743 tỷ đồng. Qua đó cho thấy ngành du lịch ĐBSCL đã phục hồi nhanh chóng sau dịch bệnh [17].

Nhiều tỉnh, thành đã triển khai đề án, quy hoạch phát triển du lịch; đẩy mạnh thực hiện du lịch miệt vườn, nông nghiệp và CBT. Du lịch trên sông ở ĐBSCL khá sôi động, đã hình thành nhiều tuyến tour bằng thuyền nhỏ tham quan trên các cồn nổi trên sông, trên những con rạch; những hoạt động trải nghiệm trang trại nông nghiệp kết hợp với văn hóa đặc trưng của Vùng. Gần đây, một trào lưu mới cho du lịch ở ĐBSCL chính là du lịch gắn với nông nghiệp, nông thôn, các nhà vườn, trang trại, vườn tôm cũng được tận dụng cho du khách trải nghiệm làm nông, đánh bắt thủy, hải sản. Loại hình du lịch bằng du thuyền có phòng ngủ, kết hợp giữa phong cảnh thiên nhiên và văn hóa địa phương đang ngày càng thu hút du khách trong thời gian qua.

Những năm qua, nhiều sản phẩm du lịch được phát triển, nhân rộng và triển khai ở vùng ĐBSCL, trong đó có nhiều sản phẩm đặc thù như: tham quan và trải nghiệm cuộc sống của người nông dân mùa nước nổi trên lưu vực sông Tiền, sông Hậu, tại các phiên chợ nổi, đất ngập nước nội địa (rừng Tràm), các sân chim, các giá trị sinh thái rừng ngập mặn, hệ sinh thái biển đảo ở hệ thống các đảo ven bờ vùng vịnh Thái Lan.

ĐBSCL đã có “Quy hoạch tổng thể vùng ĐBSCL thời kỳ 2021 - 2030, tầm nhìn đến năm 2050”, trong đó có hợp phần du lịch; thực hiện liên kết phát triển du lịch với 13 tỉnh, thành ĐBSCL giai đoạn 2019 - 2022. Về liên kết nội vùng ĐBSCL, có thể kể đến các cụm hợp tác phía Đông (6 tỉnh), phía Tây (7

tỉnh, thành) và giữa các hội viên Hiệp hội Du lịch ĐBSCL đối với các tổ chức quốc tế, liên kết về du lịch của các tỉnh, thành trong vùng. Nếu căn cứ vào số lượng các hoạt động liên kết du lịch thì thấy khá nhiều chương trình, tuy nhiên hầu như các liên kết này ít tác động đến việc nâng cao năng lực cạnh tranh đi đến cả về quy hoạch, tiếp thị xây dựng sản phẩm, đào tạo nguồn nhân lực và khả năng tiếp cận thị trường, do phần lớn các chương trình liên kết này mang tính hình thức, rời rạc, chưa đáp ứng được nhu cầu doanh nghiệp và thị trường... Chính vì thế, việc đổi mới hình thức liên kết và hợp tác sao cho thực chất và hiệu quả là một nhu cầu cấp thiết [147, tr.172].

3.1.2. Khái quát du lịch cộng đồng ở vùng đồng bằng sông Cửu Long

Đa số mô hình CBT ở vùng ĐBSCL là do người dân tự chuyển đổi từ làm vườn, làm ruộng, làm nông,... sang kinh doanh du lịch. CBT nơi đây mới chỉ đang ở giai đoạn khởi đầu và có đặc điểm chung là “tự tìm lối đi”, như:

(1) CBT Cồn Sơn ở Cần Thơ, người dân làm CBT đã giữ vững môi trường, văn hóa đặc sắc địa phương và nâng cao giá trị nông sản; người dân tìm hiểu và học hỏi từ góp ý của du khách để biết cách xây dựng sản phẩm du lịch, qua quá trình đó người dân hiểu được giá trị của tính cộng đồng, hỗ trợ nhau làm kinh tế. Vì thế, CBT Cồn Sơn đã sáng tạo được nhiều sản phẩm độc đáo như “cá lóc bay”, “cá bú bình”, “cá ăn cơm bằng muỗng”,...

(2) CBT ở Đồng Tháp, người dân đã tự tìm hiểu cách xây dựng những homestay đậm chất Nam Bộ ở làng hoa Sa Đéc. Nhiều hộ dân đã liên kết với nhau trồng hoa xung quanh không tạo rào chắn, hình thành những mảnh vườn liên tiếp, hoặc trồng rẫy để tùy theo mùa mà du khách có thể thăm ruộng rẫy, hái hoa màu, bắt cá dưới ao... nhằm trải nghiệm đúng chất cuộc sống bản địa.

(3) Xuất phát từ sự tham gia làm du lịch của người dân trên cù lao Thới Sơn, thành phố Mỹ Tho, tỉnh Tiền Giang, CBT bắt đầu được hình thành và lan rộng đến các địa phương khác như xã Đông Hòa Hiệp (huyện Cái Bè), cù lao Tân Phong (huyện Cai Lậy) với khoảng 16 điểm du lịch chính, với 81 hộ

nhà vườn, điểm kinh doanh các dịch vụ du lịch, khoảng 740 chiếc đồ máy, đồ chèo du lịch, 12 đội đờn ca tài tử... Các hộ dân đã nâng cấp, cải tạo các điểm du lịch, vườn cây ăn trái, tổ chức các hoạt động đa dạng cho du khách cùng tham gia như: cách trồng trọt, tát mương bắt cá, làm bánh, nấu các món ăn dân dã, hoạt động giao lưu văn hóa,... [104].

(4) Ở Cà Mau, các điểm CBT tập trung nhiều tại các huyện Ngọc Hiển, Trần Văn Thời, Thới Bình (như: CBT tại Đất Mũi, vườn chim Tư Sự tại Thới Bình, Tám Ngoắc, Mười Triệu tại thành phố Cà Mau,...) các mô hình CBT này đã tạo ra cơ hội việc làm, góp phần bảo vệ rừng, bảo vệ môi trường sinh thái, tăng thu nhập cho người dân.

(5) Ở An Giang, CBT tập trung khai thác các giá trị văn hóa đặc trưng của 4 dân tộc Kinh, Chăm, Hoa, Khmer... Trong đó đồng bào Chăm An Giang hay Chăm Islam với những nét khác biệt so với đồng bào Chăm theo đạo Ba-la-môn ở miền Trung, điều này đã tạo được điểm nhấn cho CBT ở An Giang thông qua văn hóa ẩm thực phong phú.

Thời gian qua, nhiều tỉnh, thành vùng ĐBSCL đã có những định hướng để phát triển CBT. Tuy nhiên, CBT còn những khó khăn như: (1) CBT ở ĐBSCL chỉ đang ở giai đoạn đầu, quy mô nhỏ, sản phẩm chưa đa dạng, còn trùng lặp, giá trị thấp và dễ dẫn đến xói mòn, không bền vững. Hộ nông dân bắt tay vào làm CBT phải rất khó khăn mới có thể tìm được lối đi riêng. Điển hình như mô hình “ăn ong” ở Rừng U Minh Hạ (Cà Mau) đã khai thác thế mạnh diện tích rừng tràm và nghề gác kèo ong của nông dân vùng Đất Mũi; mô hình CBT Cồn Sơn ở Cần Thơ hay các mô hình ở Sa Đéc, Lai Vung, Tháp Mười của tỉnh Đồng Tháp... Đa số các mô hình CBT này do người dân tự chuyển đổi từ nông, lâm, ngư nghiệp sang CBT từ nguồn lực tự nhiên sẵn có; (2) CBT ở vùng ĐBSCL chưa được sự quan tâm vào cuộc đúng mức của các ngành, các cấp cùng với các cơ chế chính sách phù hợp để phát huy lợi thế sẵn có của vùng ĐBSCL. Người dân cũng gặp không ít khó khăn khi tiếp cận

chính sách, nguồn vốn, khách hàng, còn thiếu chuyên nghiệp trong công tác quảng bá, xúc tiến đầu tư [145].

3.2. TÌNH HÌNH LIÊN KẾT KINH TẾ TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỘNG ĐỒNG Ở VÙNG ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG GIAI ĐOẠN 2019 - 2023

3.2.1. Tình hình thực hiện cơ chế liên kết kinh tế trong phát triển du lịch cộng đồng ở vùng đồng bằng sông Cửu Long

3.2.1.1. Cơ chế hỗ trợ của nhà nước đối với các chủ thể tham gia liên kết phát triển du lịch cộng đồng

Các chủ thể tham gia liên kết nhận định việc thực hiện 6 cơ chế hỗ trợ của nhà nước thì đều cho rằng nhà nước có hỗ trợ, tuy nhiên việc thực hiện các cơ chế này vẫn còn có phần mờ nhạt.

Khảo sát 25 doanh nghiệp du lịch đánh giá về 06 cơ chế hỗ trợ và phát huy vai trò của nhà nước trong quá trình hợp tác, liên kết giữa các chủ thể trong phát triển CBT với 05 mức độ (*1-Hoàn toàn không quan tâm; 2-Không hỗ trợ; 3-Ít hỗ trợ; 4-Hỗ trợ; 5-Rất hỗ trợ*) tương ứng 06 cơ chế được gợi ý: *Cơ chế 1*: Đề ra các chính sách, phát triển hạ tầng, cấp giấy phép, hoạt động xúc tiến, định hướng, tuyên truyền để các chủ thể tham gia liên kết tự nguyện làm theo và có chế tài bắt buộc; *Cơ chế 2*: Phối hợp, liên kết với các cơ quan quản lý nhà nước về du lịch trên địa bàn vùng, lãnh thổ để trao đổi kinh nghiệm quản lý nhà nước về phát triển CBT nhằm nâng cao năng lực, hiệu quả và hiệu lực quản lý. Đồng thời, phối hợp để nghiên cứu đề xuất, bổ sung cơ chế chính sách, cơ chế phát triển CBT trên địa bàn vùng, lãnh thổ; *Cơ chế 3*: Khuyến khích, tạo điều kiện thuận lợi, thực hiện triệt để cải cách hành chính hỗ trợ các hoạt động phát triển CBT, cho các nhà đầu tư, cho các doanh nghiệp đến tìm cơ hội đầu tư, đặt văn phòng đại diện, chi nhánh du lịch tại các địa phương; *Cơ chế 4*: Thúc đẩy giao lưu, hợp tác giữa các hiệp hội du lịch, các trung tâm thông tin và xúc tiến du lịch, các câu lạc bộ, hội các nghề nghiệp hoạt động du lịch; *Cơ chế 5*: Phối hợp với nhà khoa học điều tra, nghiên cứu, đánh

giá, lập và thực hiện các quy hoạch phát triển CBT hoặc điều chỉnh, bổ sung quy hoạch phát triển CBT phù hợp với thực tế trên địa bàn vùng, lãnh thổ; *Cơ chế 6*: Đảm bảo an ninh an toàn trong cộng đồng trên địa bàn vùng, lãnh thổ.

Kết quả khảo sát cho thấy, nhiều doanh nghiệp du lịch lựa chọn mức độ 4-“hỗ trợ” cho việc thực hiện 6 cơ chế. Cũng có nhiều doanh nghiệp du lịch đánh giá mức độ 3-“ít hỗ trợ” chiếm tỷ lệ cao trong tổng thể các mức độ. Riêng cơ chế 3 có 10% doanh nghiệp du lịch đánh giá mức độ 1-“hoàn toàn không quan tâm”, 23% doanh nghiệp du lịch đánh giá mức độ 2-“không hỗ trợ”. Cơ chế 4 có 13%, cơ chế 5 có 12,5% doanh nghiệp du lịch đánh giá mức độ 2-“không hỗ trợ” (*Phụ lục 5.1*).

Bên cạnh đó, có 37,5% doanh nghiệp du lịch cho rằng chưa nhận được sự quan tâm hỗ trợ từ phía nhà nước; 20,9% hộ nông dân đã hoặc đang làm CBT trả lời gặp khó khăn vì chưa nhận được sự quan tâm, hỗ trợ từ phía nhà nước. Về khó khăn chung trong phát triển CBT ở địa phương thì có 25,6% hộ nông dân cho rằng chưa có sự hỗ trợ, quản lý của chính quyền sở tại (*Xem Bảng 3.1*).

Bảng 3.1. Doanh nghiệp du lịch và hộ nông dân nhận định về khó khăn khi chưa nhận được sự quan tâm, hỗ trợ từ phía nhà nước khi tham gia phát triển CBT ở vùng ĐBSCL

Đơn vị: Tỷ lệ phiếu trả lời, %

STT	Nhận định của các chủ thể	Kết quả khảo sát	
		Phiếu trả lời	%
1	Doanh nghiệp du lịch cho rằng khó khăn	09/24	37,5
2	Hộ nông dân cho rằng khó khăn	09/43	20,9
3	Nhận xét của hộ nông dân về khó khăn chung của CBT ở vùng ĐBSCL là chưa có sự hỗ trợ, quản lý của chính quyền sở tại	11/43	25,6

Nguồn: Khảo sát của tác giả luận án.

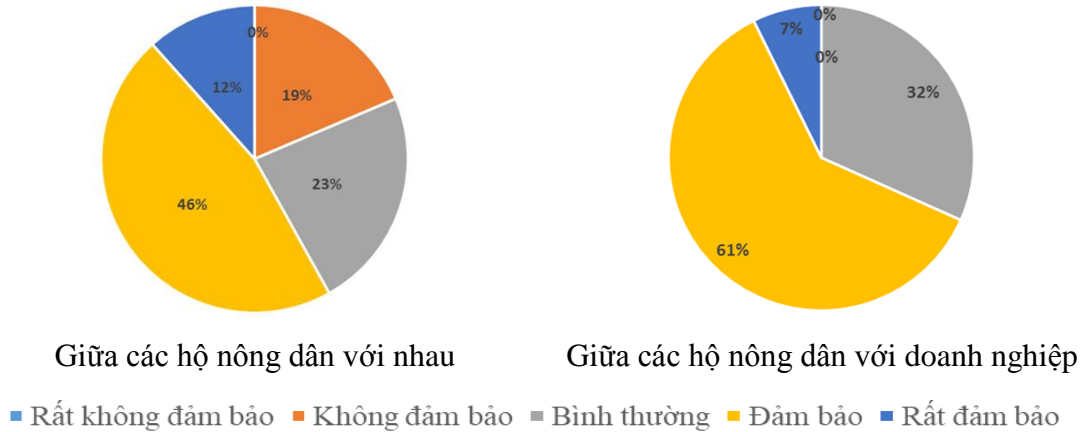
Mặt khác, khi khảo sát ý kiến của 50 hộ nông dân đã hoặc đang làm CBT đánh giá về cơ chế hỗ trợ và phát huy vai trò của nhà nước trong quá trình liên kết thì có 17/43 phiếu (39,5%) đánh giá hỗ trợ và cơ bản phát huy vai trò, 12/43 phiếu (27,9%) đánh giá bình thường; 10/43 phiếu (23,2%) nhận xét chưa hỗ trợ và chưa phát huy vai trò. Khi hỏi về việc có được nhà nước hỗ trợ không thì có 21/42 phiếu (50%) trả lời thỉnh thoảng; 16/42 phiếu (38,1%) trả lời thường xuyên. Khi hỏi về việc có được nhà nước hỗ trợ làm cầu nối với các doanh nghiệp du lịch để ký kết và thực hiện các hợp đồng hợp tác, kinh tế thì có 24/42 phiếu (57,1%) trả lời thỉnh thoảng; 12/42 phiếu (28,6%) trả lời thường xuyên. Khi hỏi về việc khi xảy ra tranh chấp trong việc thực hiện các hợp đồng giữa các chủ thể thì có 29/42 phiếu (69,1%) trả lời nhà nước sẽ đứng ra hòa giải và 08/42 phiếu (19%) trả lời rất quan tâm và đứng ra xử lý. Đánh giá chung mức độ hiệu quả về sự hỗ trợ của nhà nước đối với hộ nông dân thì có 25/42 phiếu (59,5%) đánh giá là hiệu quả; 13/43 phiếu (31%) đánh giá ít hiệu quả.

Khảo sát 60 hộ nông dân chưa làm CBT về sự dự định tham gia làm CBT trong thời gian tới có mong muốn được sự hỗ trợ của nhà nước thì có 26/59 phiếu (47,5%) trả lời mong muốn và 19/59 phiếu (32,2%) trả lời rất mong muốn. Có 18/59 phiếu (30,5%) trả lời khó khăn chung của các hộ nông dân là chưa nhận được sự quan tâm, hỗ trợ từ phía nhà nước.

3.2.1.2. Cơ chế giải quyết hài hòa lợi ích giữa các chủ thể tham gia liên kết kinh tế

Việc phân chia lợi nhuận, lợi ích giữa các chủ thể về cơ bản luôn được đảm bảo đúng nguyên tắc. Tuy nhiên, vẫn còn tỷ lệ các chủ thể cho rằng việc phân chia này không đảm bảo giữa các chủ thể tham gia.

Khảo sát 50 hộ nông dân đã hoặc đang làm CBT việc có thực hiện đúng nguyên tắc phân chia lợi nhuận giữa các hộ nông dân với nhau và giữa hộ nông dân với doanh nghiệp nhận được kết quả như sau:



Biểu đồ 3.1. Đánh giá của hộ nông dân về việc thực hiện đảm bảo đúng nguyên tắc khi phân chia lợi nhuận, lợi ích giữa các chủ thể trong quá trình hợp tác, liên kết

Nguồn: Khảo sát của tác giả luận án.

Cũng câu hỏi trên khi khảo sát 25 doanh nghiệp du lịch thì có 10/24 phiếu (41,6%) trả lời rất đảm bảo; 12/24 phiếu (50%) trả lời đảm bảo; 01/24 phiếu (4,2%) trả lời bình thường; 01/24 phiếu (4,2%) trả lời không đảm bảo. Đồng thời, khi hỏi về việc phân chia lợi nhuận, lợi ích giữa các doanh nghiệp du lịch với nhau thì có; 12/24 phiếu (50%) trả lời là đảm bảo; 15/24 phiếu (45,8%) trả lời bình thường; 01/24 phiếu (4,2%) trả lời không đảm bảo.

Qua kết quả khảo sát trên cho thấy vẫn còn 19% hộ nông dân trả lời việc phân chia lợi nhuận không đảm bảo giữa các hộ nông dân với nhau. Đây có thể sẽ là nguy cơ tiềm ẩn dễ dẫn đến xung đột về mặt lợi ích nếu như không kịp thời khắc phục. Vì vậy, trên thực tế việc phân chia lợi nhuận cần phải thực hiện theo nguyên tắc liên kết kinh tế. Để tránh nảy sinh các mâu thuẫn về mặt lợi ích, tránh tiêu cực trong quá trình quản lý và sử dụng các nguồn thu thì việc phân phối lợi ích này cần được công khai và công bằng giữa các bên tham gia.

3.2.1.3. Cơ chế xử lý rủi ro cho các chủ thể tham gia liên kết kinh tế

Khi có rủi ro xảy ra trong việc thực hiện các hợp đồng hợp tác, liên kết

thì đa phần các chủ thể lựa chọn phương án tự đàm phán và các bên chia sẻ rủi ro. Để giảm thiểu và kiểm soát, hạn chế rủi ro, các chủ thể đã rất thường xuyên giữ mối liên hệ chặt chẽ, thông tin thông suốt, đảm bảo tính khả thi trong việc triển khai các điều khoản của hợp đồng đã ký kết.

Kết quả khảo sát 50 hộ nông dân đã hoặc đang làm CBT cho thấy có đến 27/43 phiếu (62,8%) lựa chọn phương án tự đàm phán giải quyết và 24/43 phiếu (55,8%) lựa chọn phương án các bên cùng chia sẻ rủi ro khi xảy ra rủi ro trong việc thực hiện hợp đồng hợp tác, liên kết giữa các hộ nông dân với nhau.

Bảng 3.2. Phương án lựa chọn của hộ nông dân khi xảy ra rủi ro trong việc thực hiện hợp đồng hợp tác, liên kết giữa các hộ nông dân với nhau

Đơn vị: số phiếu, lượt trả lời phiếu, %

STT	Phương án giải quyết (nhiều sự lựa chọn)	Kết quả khảo sát	
		Phiếu trả lời	%
1	Tự đàm phán giải quyết	27/43	62,8
2	Các bên cùng chia sẻ rủi ro	24/43	55,8
3	Nhờ bên trung gian hoặc hòa giải của chính quyền địa phương	08/43	18,6
4	Chấm dứt hợp đồng, không tiếp tục hợp tác, liên kết	04/43	9,3
5	Căn cứ tính pháp lý của hợp đồng giải quyết	08/43	18,6
6	Khác	01/43	2,3

Nguồn: Khảo sát của tác giả luận án.

Khảo sát 25 doanh nghiệp du lịch về phương án giải quyết khi xảy ra rủi ro trong thực hiện hợp đồng hợp tác, liên kết giữa các doanh nghiệp du lịch với nhau thì có 15/24 phiếu (62,5%); 13/24 phiếu (54,2%) lựa chọn tự đàm phán giải quyết; 12/24 phiếu (50%) lựa chọn phương án không tiếp tục hợp tác, liên kết; 02/24 phiếu (8,3%) lựa chọn phương án khởi kiện ra tòa.

Đánh giá về mức độ hỗ trợ từ phía doanh nghiệp đối với hộ nông dân khi xảy ra rủi ro cho thấy có 14/24 phiếu (58,3%) doanh nghiệp du lịch trả lời

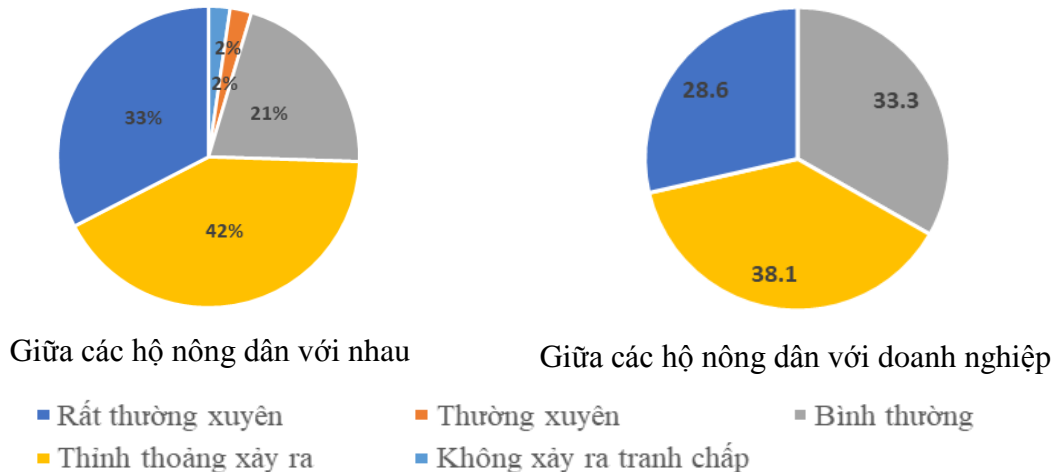
thỉnh thoảng; 10/24 phiếu (41,7%) trả lời thường xuyên. Tuy nhiên, về phía hộ nông dân thì cho rằng vẫn còn trường hợp doanh nghiệp du lịch rất không quan tâm và không hỗ trợ. Cụ thể, khi hỏi 50 hộ nông dân đã hoặc đang làm CBT về sự hỗ trợ của doanh nghiệp du lịch khi có rủi ro xảy ra thì có 05/41 phiếu (12,2%) trả lời rất không quan tâm; 04/41 phiếu (9,8%) trả lời không được hỗ trợ; 18/41 phiếu (43,9%) trả lời thỉnh thoảng; 13/41 phiếu (31,7%) trả lời thường xuyên.

Kết quả khảo sát 50 hộ nông dân đã hoặc đang làm CBT về mức độ thường xuyên giữ mối liên hệ chặt chẽ, thông tin thông suốt, đảm bảo tính khả thi trong việc triển khai các điều khoản của hợp đồng đã ký kết thì có 04/42 phiếu (9,5%) trả lời rất thường xuyên; 21/42 phiếu (50%) trả lời thường xuyên; 13/42 phiếu (30,9%) trả lời thỉnh thoảng. Khảo sát 25 doanh nghiệp du lịch thì có 17/24 phiếu (70,8%) trả lời thường xuyên; 06/24 phiếu (25%) trả lời thỉnh thoảng.

3.2.1.4. Cơ chế xử lý tranh chấp giữa các chủ thể tham gia liên kết kinh tế

Mức độ xảy ra tranh chấp giữa các chủ thể chỉ thỉnh thoảng và ít khi xảy ra tranh chấp. Khi có xảy ra tình huống tranh chấp trong việc thực hiện hợp đồng hợp tác, liên kết giữa các chủ thể thì đa phần các chủ thể lựa chọn phương án tự đàm phán giải quyết, tiếp đó đến sự lựa chọn phương án căn cứ tính pháp lý của hợp đồng giải quyết nộp phạt theo định mức và nhờ vào sự hòa giải của chính quyền địa phương.

Kết quả khảo sát 50 hộ nông dân đã hoặc đang làm CBT về mức độ xảy ra tranh chấp giữa các hộ nông dân với nhau thì có 42% hộ nông dân trả lời thỉnh thoảng xảy ra; 32,6% trả lời không xảy ra tranh chấp; 21% trả lời bình thường. Khi hỏi về mức độ xảy ra tranh chấp giữa hộ nông dân với doanh nghiệp du lịch thì có 28,6% dân trả lời không xảy ra tranh chấp; 38,1% trả lời thỉnh thoảng xảy ra; 33,3% trả lời bình thường (*Xem Biểu đồ 3.2*).



Biểu đồ 3.2. Đánh giá của hộ nông dân về mức độ xảy ra tranh chấp khi thực hiện hợp đồng giữa các chủ thể trong quá trình hợp tác, liên kết

Nguồn: Khảo sát của tác giả luận án.

Tuy nhiên, cũng với câu hỏi đó nhưng khi hỏi 25 doanh nghiệp du lịch mức độ xảy ra tranh chấp với hộ nông dân thì có 08/24 phiếu (33,3%) trả lời không xảy ra tranh chấp; 10/24 phiếu (41,7%) trả lời thỉnh thoảng xảy ra; 06/24 phiếu 25% trả lời bình thường. Đồng thời, khi hỏi doanh nghiệp du lịch về mức độ xảy ra tranh chấp giữa các doanh nghiệp du lịch với nhau thì có 06/24 phiếu (25%) doanh nghiệp du lịch trả lời không xảy ra tranh chấp; 13/24 phiếu (54,2%) trả lời thỉnh thoảng xảy ra; 04/24 phiếu (16,7%) trả lời bình thường; 01/24 phiếu (4,2%) trả lời thường xuyên.

Khảo sát 50 hộ nông dân và 25 doanh nghiệp du lịch về việc khi có xảy ra tình huống tranh chấp trong việc thực hiện hợp đồng hợp tác, liên kết giữa các chủ thể thì đa phần các chủ thể này lựa chọn phương án tự đàm phán giải quyết, tiếp đó đến sự lựa chọn phương án căn cứ tính pháp lý của hợp đồng giải quyết nộp phạt theo định mức và nhờ vào sự hòa giải của chính quyền địa phương. Đối với phương án nhờ vào sự hòa giải của chính quyền địa phương thì chủ yếu các chủ thể lựa chọn khi xảy ra tranh chấp giữa các hộ nông dân với nhau và giữa hộ nông dân với doanh nghiệp du lịch, tuy nhiên tỷ lệ lựa chọn phương án này không cao. Đối với phương án giải quyết khởi kiện ra toàn thì ít có chủ thể lựa chọn (Xem Bảng 3.3).

Bảng 3.3. Phương án lựa chọn của các chủ thể khi xảy ra tranh chấp trong việc thực hiện hợp đồng hợp tác, liên kết

Đơn vị: số phiếu, lượt trả lời phiếu, %

S T T	Phương án giải quyết (nhiều sự lựa chọn)	Kết quả khảo sát ý kiến của hộ nông dân				Kết quả khảo sát ý kiến của doanh nghiệp du lịch			
		Khi có tranh chấp giữa các hộ nông dân với nhau		Khi có tranh chấp giữa hộ nông dân với doanh nghiệp du lịch		Khi có tranh chấp giữa các doanh nghiệp du lịch với nhau		Khi có tranh chấp giữa doanh nghiệp du lịch với hộ nông dân	
		Phiếu trả lời	%	Phiếu trả lời	%	Phiếu trả lời	%	Phiếu trả lời	%
1	Tự đàm phán giải quyết	29/42	69	34/42	81	17/24	70,8	15/24	62,5
2	Căn cứ tính pháp lý của hợp đồng giải quyết nộp phạt theo định mức	12/42	28,6	10/42	23,8	14/24	58,3	12/24	50,0
3	Hòa giải của chính quyền địa phương	14/42	33,3	08/42	19	0/24	0	06/24	25,0
4	Khởi kiện ra tòa	01/42	2,4	02/42	4,8	03/24	12,5	02/24	8,3
5	Cắt hợp đồng, không tiếp tục hợp tác, liên kết	01/42	2,4	07/42	16,7	13/24	54,2	13/24	54,2
6	Khác	01/42	2,4	01/42	2,4	0/24	0	0/24	0

Nguồn: Khảo sát của tác giả luận án.

Khi hỏi 50 hộ nông dân đã hoặc đang làm CBT đánh giá về mức độ quan tâm và hỗ trợ của nhà nước khi các chủ thể xảy ra tranh chấp thì có đến 29/42 phiếu (69%) đánh giá nhà nước sẽ đứng ra hòa giải những tranh chấp; 08/42 phiếu (19%) đánh giá nhà nước rất quan tâm và đứng ra xử lý các tranh chấp.

Khi hỏi 25 doanh nghiệp du lịch thì có 14/24 phiếu (58,3%) trả lời nhà nước đứng ra hòa giải; 06/24 (25%) trả lời nhà nước rất quan tâm và đứng ra xử lý các tranh chấp. Tuy nhiên, vẫn còn 06/24 (25%) ý kiến của doanh nghiệp du lịch cho rằng nhà nước đứng ngoài những tranh chấp.

3.2.1.5. Cơ chế ràng buộc nhằm đảm bảo các chủ thể khi tham gia liên kết thực hiện được quyền và nghĩa vụ của mình trong liên kết

Một là, các chủ thể tham gia hợp tác, liên kết đều nhận thức việc ký kết

các hợp đồng là rất cần thiết và cần thiết. Đây là cơ sở để thực hiện được quyền và nghĩa vụ của các chủ thể tham gia (Xem Bảng 3.4).

Bảng 3.4. Đánh giá của các chủ thể về sự cần thiết ký kết hợp đồng hợp tác, liên kết với các chủ thể

Đơn vị: số phiếu, lượt trả lời phiếu, %

STT	Sự cần thiết ký hợp đồng	Kết quả khảo sát ý kiến của hộ nông dân				Kết quả khảo sát ý kiến của doanh nghiệp du lịch			
		Giữa hộ nông dân với hộ nông dân		Giữa hộ nông dân với doanh nghiệp du lịch		Giữa doanh nghiệp du lịch với doanh nghiệp du lịch		Giữa doanh nghiệp du lịch với hộ nông dân	
		Phiếu trả lời	%	Phiếu trả lời	%	Phiếu trả lời	%	Phiếu trả lời	%
1	Rất không cần thiết	02/43	4,7	01/43	2,4	0/24	0	0/24	0
2	Không cần thiết	03/43	7,0	02/43	4,8	02/24	8,3	0/24	0
3	Bình thường	08/43	18,6	06/43	14,3	06/24	25,0	05/24	20,8
4	Cần thiết	21/43	48,8	19/43	45,2	14/24	58,4	12/24	50,0
5	Rất cần thiết	09/43	20,9	14/43	33,3	02/24	8,3	07/24	29,2

Nguồn: Khảo sát của tác giả luận án.

Hai là, khi đánh giá về mức độ đảm bảo thực hiện hợp đồng hợp tác, liên kết thì các chủ thể đánh giá cơ bản rất đảm bảo và đảm bảo. Rất ít chủ thể đánh giá ở mức độ không đảm bảo (Xem Bảng 3.5).

Bảng 3.5. Đánh giá của các chủ thể về mức độ đảm bảo thực hiện hợp đồng hợp tác, liên kết với các chủ thể

Đơn vị: số phiếu, lượt trả lời phiếu, %

STT	Mức độ đảm bảo thực hiện hợp đồng	Kết quả khảo sát ý kiến của hộ nông dân				Kết quả khảo sát ý kiến của doanh nghiệp du lịch			
		Giữa hộ nông dân với hộ nông dân		Giữa hộ nông dân với doanh nghiệp du lịch		Giữa doanh nghiệp du lịch với doanh nghiệp du lịch		Giữa doanh nghiệp du lịch với hộ nông dân	
		Phiếu trả lời	%	Phiếu trả lời	%	Phiếu trả lời	%	Phiếu trả lời	%
1	Rất không đảm bảo	0/43	0	0/43	0	0/24	0	0/24	0
2	Không đảm bảo	06/43	14,0	02/43	4,8	01/24	4,2	01/24	4,2
3	Bình thường	12/43	27,9	09/43	21,4	12/24	50,0	13/24	54,2
4	Đảm bảo	21/43	48,8	28/43	66,7	10/24	41,6	08/24	33,3
5	Rất đảm bảo	04/43	9,3	03/43	7,1	01/24	4,2	02/24	8,3

Nguồn: Khảo sát của tác giả luận án.

Bên cạnh đó, khảo sát 50 hộ nông dân đánh giá về việc Ban Quản lý CBT phối hợp với các chủ thể xây dựng cơ chế ràng buộc để đảm bảo các chủ thể thực hiện được quyền và nghĩa vụ của mình trong hợp tác, liên kết thì có 27/40 phiếu (67,5%) hộ nông dân cho rằng có xây dựng cơ chế; 05/40 phiếu (12,5%) ý kiến trả lời không xây dựng cơ chế; 08/40 (20%) trả lời là chưa có Ban Quản lý CBT. Về hiệu quả trong việc xây dựng và thực hiện các cơ chế ràng buộc thì có 04/42 phiếu (9,5%) hộ nông dân nhận định rất hiệu quả; 29/42 phiếu (69,1%) nhận định hiệu quả; 08/42 phiếu (19%) nhận định ít hiệu quả; 01/42 phiếu (2,4%) nhận định không hiệu quả.

3.2.2. Tình hình hoạt động liên kết kinh tế trong phát triển du lịch cộng đồng ở vùng đồng bằng sông Cửu Long

3.2.2.1. Tình hình hoạt động liên kết kinh tế các chủ thể thuộc địa phương khác nhau trong phát triển du lịch cộng đồng ở vùng đồng bằng sông Cửu Long

Một là, liên kết huy động vốn đầu tư phát triển CBT trên cơ sở rà soát lập quy hoạch phù hợp với thế mạnh của từng địa phương trong tổng thể phát triển vùng

* *Về huy động vốn đầu tư:* Thực hiện Quyết định số 2227/QĐ-TTg ngày 18/11/2016 của Thủ tướng Chính phủ “phê duyệt Quy hoạch tổng thể phát triển vùng ĐBSCL đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030” và Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16/01/2017 của Bộ Chính trị “về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn”, các tỉnh, thành ở vùng ĐBSCL đã xây dựng đề án cơ cấu lại ngành du lịch, chú trọng tập trung huy động nguồn lực cho phát triển du lịch.

Tỉnh Kiên Giang xây dựng Đề án CBT Tiên Hải có sự tham gia liên kết của 17 hộ đăng ký (11 hộ phục vụ ẩm thực và lưu trú, 06 hộ tham gia hướng dẫn du khách trải nghiệm tham quan các đảo và câu cá giải trí, tham quan mô hình cá lồng bè), đã huy động vốn, hỗ trợ tạo điều kiện cho các hộ dân tham gia vay vốn để đầu tư cơ sở vật chất mỗi hộ 30 triệu đồng, tổng số tiền cho

vay 510 triệu đồng. Các hộ nông dân tham gia liên kết đã được đề án đầu tư các dịch vụ lưu trú, nghỉ ngơi, ăn uống để phục vụ du khách, có 13 hộ kinh doanh dịch vụ lưu trú với 80 phòng nghỉ và dịch vụ ăn uống tại chỗ, 12 hộ đã đầu tư ghe, tàu, composite để đưa du khách đi tham quan, trải nghiệm [138].

Tỉnh Bạc Liêu đã triển khai thực hiện Nghị quyết của Ban Chấp hành Đảng bộ tỉnh khóa XV “về tiếp tục đẩy mạnh phát triển du lịch đến năm 2025, định hướng đến năm 2030”, theo đó đã tăng cường thu hút các nguồn lực xã hội đầu tư phát triển hệ thống kết cấu hạ tầng giao thông, cơ sở vật chất kỹ thuật, nhất là đối với địa bàn trọng điểm, động lực phát triển du lịch. Chính quyền tỉnh Bạc Liêu đã quyết định đầu tư 520 tỷ đồng để đầu tư cho Đề án phát triển du lịch sinh thái, nghỉ dưỡng, giải trí trong rừng đặc dụng, rừng phòng hộ ven biển đến năm 2030 [35, tr.23].

Tỉnh Hậu Giang đã xây dựng Đề án phát triển CBT trên địa bàn tỉnh Hậu Giang đến năm 2025, định hướng đến năm 2030. Theo đó Hậu Giang sẽ đầu tư 32,610 tỷ đồng để đến năm 2025 và tầm nhìn đến năm 2030, Hậu Giang sẽ trở thành điểm đến mới về CBT trong khu vực ĐBSCL [35, tr.36].

Khảo sát 50 hộ nông dân đã hoặc đang làm CBT về mức độ tiếp cận nguồn vốn nhờ vào việc hợp tác, liên kết trong phát triển CBT ở vùng ĐBSCL thì có 10/41 phiếu (24,4%) lời thường xuyên được tiếp cận; 26/41 phiếu (63,5%) thỉnh thoảng được tiếp cận nguồn vốn. Khảo sát 60 hộ nông dân chưa làm CBT, có 34/59 phiếu (57,6%) đánh giá về khó khăn của các hộ nông dân là thiếu vốn. Khảo sát 25 doanh nghiệp du lịch, 06/24 phiếu (25%) cho rằng còn khó khăn trong việc thiếu vốn khi tham gia kinh doanh loại hình CBT ở vùng ĐBSCL. Bên cạnh đó, kết quả điều tra khảo sát 147 người đại diện các hộ nông dân tại tỉnh Kiên Giang trong khuôn khổ xây dựng Đề án phát triển CBT trên địa bàn tỉnh Kiên Giang giai đoạn 2021 - 2025, định hướng đến năm 2030, có 79 ý kiến trả lời về khó khăn chủ yếu khi làm CBT là thiếu vốn [138].

Qua đó cho thấy việc tiếp cận, huy động nguồn vốn để đầu tư làm CBT

của các hộ nông dân và doanh nghiệp du lịch trong vùng còn gặp nhiều khó khăn. Kết quả khảo sát vẫn còn có trường không có thông tin và không được tiếp cận nguồn vốn.

** Rà soát lập quy hoạch phát triển CBT phù hợp với thế mạnh của từng địa phương trong tổng thể phát triển vùng*

Các tỉnh, thành vùng ĐBSCL đã hợp tác, liên kết rà soát lập quy hoạch phát triển du lịch nói chung và CBT nói riêng phù hợp với thế mạnh của từng địa phương trong tổng thể phát triển vùng theo hai hướng không gian: (1) *Không gian phía Tây*, bao gồm thành phố Cần Thơ và các tỉnh An Giang, Kiên Giang, Đồng Tháp, Hậu Giang, Sóc Trăng, Bạc Liêu và Cà Mau để định hướng khai thác thế mạnh của Đất Mũi, Tây Đô, nghỉ dưỡng, sinh thái, trải nghiệm đời sống sông nước, chợ nổi... Trong đó xác định Phú Quốc (Kiên Giang) là trung tâm du lịch có nhiệm vụ điều phối khách cho toàn Vùng; (2) *Không gian phía Đông*, bao gồm tỉnh Long An, Tiền Giang, Bến Tre, Vĩnh Long, Trà Vinh, với định hướng khai thác thế mạnh đặc trưng gồm nghiên cứu đời sống sông nước, miệt vườn, tham quan làng nghề, lưu trú nhà dân (homestay)... Trong đó xác định thành phố Mỹ Tho (Tiền Giang) là trung tâm của không gian du lịch phía Đông, là trung tâm phụ trợ của Vùng. Các không gian quy hoạch du lịch trong đó có loại hình CBT sẽ được rà soát quy hoạch từ quy hoạch tích hợp vùng ĐBSCL và liên kết từ 13 bản quy hoạch của các tỉnh, thành trong Vùng.

Bên cạnh đó, một số tỉnh, thành ở vùng ĐBSCL đã xây dựng đề án, kế hoạch phát triển du lịch chung của tỉnh, nhưng cũng có tỉnh, thành xây dựng đề án riêng cho phát triển CBT và định hướng rõ việc xây dựng sản phẩm, dịch vụ du lịch phù hợp với điều kiện, tiềm năng và lợi thế của địa phương. Điển hình như:

Tỉnh Bạc Liêu đã xây dựng “Đề án du lịch sinh thái, nghỉ dưỡng giải trí trong rừng phòng hộ ven biển Bạc Liêu đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2035”, theo đó Đề án ưu tiên cho các hộ dân đang nhận khoán bảo vệ rừng,

nhà đầu tư có năng lực và trách nhiệm với thiên nhiên để người dân xây dựng các sản phẩm du lịch độc đáo “dưới tán rừng”, phát triển các sản phẩm CBT trong rừng, rừng phòng hộ ven biển, đi bộ, giải trí ven biển, du khách sẽ được sinh hoạt cùng cộng đồng, khám phá và trải nghiệm hoạt động đánh bắt thủy hải sản hằng ngày của người dân. Bạc Liêu định hướng phát huy lợi thế nông nghiệp để phát triển CBT như: làng chài, đánh lưới bắt cá, làm khô, trồng rau sạch trên vùng nước mặn, tham quan mô hình sản xuất muối của nông dân,... không trùng lặp với các địa phương khác trong vùng ĐBSCL để tạo nên sản phẩm đặc trưng riêng của tỉnh.

Tỉnh Cà Mau cho du khách đi xuyên rừng bằng ghe máy, ghe chèo, trải nghiệm một ngày làm nông dân ở Đất Mũi, phát triển CBT, homestay để du khách lưu trú và nghỉ dưỡng, trải nghiệm cùng người dân xỏ vuông tôm, câu cua, câu cá, mò sò, bắt vộp, phát triển các sản phẩm ẩm thực cho CBT như: ốc len xào dừa, ba khía rang me, cá nâu kho trái giác, cá thòi lòi nướng muối ớt và nghe người dân đờn ca tài tử.

Thành phố Cần Thơ hòa trong xu hướng phát triển xanh đã khai thác thông qua hoạt động trải nghiệm nét sinh hoạt cộng đồng trên các tuyến cù lao, bãi cồn, các vùng đất ven sông. Điển hình như CBT ở cù lao Tân Lộc (quận Thốt Nốt), cồn Sơn (quận Bình Thủy) với các sản phẩm CBT độc đáo gắn với sông nước, miệt vườn và đặc điểm văn hóa truyền thống. Với mô hình du lịch sinh thái gắn với cộng đồng nông thôn ở Làng du lịch Mỹ Khánh (huyện Phong Điền) trở thành sản phẩm OCOP du lịch 4 sao đầu tiên của Cần Thơ, là sản phẩm OCOP Làng du lịch đầu tiên của vùng ĐBSCL.

Tỉnh Bến Tre đã củng cố, hoàn thiện và nâng cao chất lượng sản phẩm CBT tạo điểm nhấn mang nét đặc trưng “CBT Xứ Dừa” gắn với việc tham quan các làng nghề truyền thống, các món ẩm thực được làm từ dừa trở thành sản phẩm du lịch đặc trưng, độc đáo của tỉnh.

Tỉnh Hậu Giang mời gọi đầu tư vào các dịch vụ vận chuyển nội vùng

(ghe xuồng tham quan), lưu trú (homestay), phát triển sản phẩm CBT trên cơ sở lấy điểm nhấn các món ngon từ khóm Cầu Đúc, check-in vườn khóm và liên kết với các hoạt động mua bán của chợ nông sản Vị Thanh (chợ Chôm Hổm); phát triển sản phẩm CBT từ làng nghề đan cần xét, tại cụm CBT huyện Phụng Hiệp phát huy các hộ dân tham gia CBT với nghề bó chổi, vót dừa...

Mặc dù thời gian qua, chính quyền các tỉnh, thành ở vùng ĐBSCL đã có đề án, kế hoạch phát triển các sản phẩm du lịch, trong đó có CBT, tuy nhiên mới chỉ dừng lại góc độ định hướng, quy hoạch phát triển trong tương lai, thực tế chỉ vài địa phương phát triển thành công các sản phẩm trên thực tế. Số lượng hộ nông dân tham gia vào liên kết kinh tế không cao.

Hai là, liên kết đào tạo và phát triển nguồn nhân lực cho phát triển CBT

Thời gian qua, nhiều tỉnh, thành vùng ĐBSCL đã thực hiện việc đào tạo, bồi dưỡng, tập huấn chuyên môn nghiệp vụ và phát triển nguồn nhân lực phục vụ cho du lịch nói chung và CBT nói riêng.

Diễn hình như, với sự hỗ trợ của chính quyền địa phương, Ban quản lý CBT Tiên Hải (Kiên Giang) đã phối hợp với các ban, ngành, liên kết với các chủ thể có liên quan tổ chức nhiều lớp tập huấn, đào tạo người dân và cán bộ quản lý về CBT các kỹ năng như: kỹ năng phục vụ CBT có trách nhiệm, kỹ năng buôn bán, phục vụ du khách, tham quan du lịch, kỹ năng kinh doanh lưu trú nhà dân, tiếng Anh giao tiếp và đào tạo lái phươg tiện thủy nội địa...

Chính quyền tỉnh Đồng Tháp đã phối hợp với các doanh nghiệp du lịch, các cơ sở đào tạo nghề tăng cường đào tạo nguồn nhân lực gắn với các kỹ năng nghề nghiệp du lịch, các nghiệp vụ cần thiết phù hợp với xu hướng phát triển CBT trong tình hình mới, tập huấn kiến thức về phát triển CBT cho các hộ nông dân tham gia khai thác dịch vụ du lịch và dịch vụ hỗ trợ giúp cho cách hộ làm du lịch ngày càng chuyên nghiệp hơn. Chuyển mạnh công tác đào tạo từ chiều rộng sang chiều sâu, tập trung đào tạo, bồi dưỡng các kỹ năng mềm, kiến thức về quản lý điểm đến và phục vụ, đón khách tiếp khách,

tiếp thị quảng bá, giới thiệu điểm đến, sản phẩm,... hướng về cơ sở, địa bàn cộng đồng dân cư [7].

Hiệp hội Du lịch ĐBSCL đã cùng với Trường Đại học Cần Thơ thống nhất thỏa thuận Hợp tác - Đào tạo giữa hai bên. Các lĩnh vực hai bên thống nhất gồm: Đào tạo; Nghiên cứu khoa học - Đổi mới sáng tạo; Tập huấn - Chuyển giao công nghệ; Khởi nghiệp; Truyền thông, quảng bá... Theo đó, Trường Đại học Cần Thơ là đơn vị phụ trách về đào tạo nguồn nhân lực chuyên sâu trong một số lĩnh vực cho cán bộ Hiệp hội. Đồng thời, Hiệp hội sẽ đứng vai trò là cầu nối giữa sinh viên và các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực du lịch, nhằm hỗ trợ hướng nghiệp, xúc tiến việc làm cho sinh viên Trường Đại học Cần Thơ.

Tuy nhiên, khi đánh giá về công tác đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực về du lịch nói chung ở vùng ĐBSCL, tác giả Trần Thị Xuân Mai (2019), trong luận án tiến sĩ ngành Quản lý công đánh giá nhu cầu, tạo điều kiện cho nhân lực phát triển du lịch còn bỏ ngỏ, đánh giá về yếu tố này tương đối thấp, giá trị thể hiện là 2,98 điểm. Công tác vận động nguồn ngân sách xã hội hóa để tổ chức các lớp tập huấn, bồi dưỡng đánh giá là 3,13 điểm. Việc triển khai tổ chức các lớp này được quan tâm đúng mức, đây là điểm mạnh ghi nhận mức đánh giá 3,44 điểm [70].

Khi khảo sát 210 du khách nhận định về chất lượng phục vụ của hộ nông dân tại các điểm CBT: *Về nhận định hộ nông dân có kiến thức và kỹ năng du lịch tốt* thì có 55/210 phiếu (27,5%) ý kiến rất đồng ý; 92/210 phiếu (46%) ý kiến đồng ý; 38/210 phiếu (19%) ý kiến trung lập; 3/210 phiếu (1,5%) không đồng ý; 12/210 phiếu (5,9%) hoàn toàn không đồng ý; *Về nhận định hộ nông dân có khả năng giao tiếp tốt* có 58/210 phiếu (28,7%) ý kiến đồng ý; 97/210 phiếu (48%) ý kiến đồng ý; 32/210 phiếu (15,8%) ý kiến trung lập; 02/210 phiếu (1%) không đồng ý; 13/210 phiếu (6%) hoàn toàn không đồng ý.

Đồng thời, khảo sát 50 hộ nông dân đã hoặc đang làm CBT về khó khăn khi làm CBT thì có 18/43 phiếu (41,9%) trả lời thiếu kiến thức về du lịch; 12/43 phiếu (27,9%) thiếu kỹ năng; 26/43 phiếu (60,5%) thiếu ngoại ngữ. Cũng câu hỏi nêu trên, khi khảo sát 60 hộ nông dân chưa làm CBT đánh giá về khó khăn của các hộ nông dân đang làm CBT ở vùng ĐBSCL thì có 37/59 phiếu (62,7%) đánh giá thiếu kiến thức về du lịch; 35/59 phiếu (59,3%) thiếu kỹ năng; 36/59 phiếu (61%) thiếu ngoại ngữ. Từ những khó khăn đó, khi khảo sát 50 hộ nông dân đang làm CBT về những mong muốn được hỗ trợ khi phát triển CBT thì có đến 27/43 phiếu (62,8%) mong muốn sự hỗ trợ về kiến thức và kỹ năng du lịch.

Khi hỏi hộ nông dân về mức độ tham gia lớp bồi dưỡng, tập huấn ngắn hạn về CBT do nhà nước, các tổ chức chính trị - xã hội, các cơ sở đào tạo hoặc các doanh nghiệp du lịch hỗ trợ tổ chức thì có 10/42 phiếu (23,8%) trả lời đã tham gia 01 lần; 19/42 phiếu (45,2%) trả lời tham gia lần thứ 2 trở lên; 05/42 phiếu (11,95%) trả lời chưa tham gia; 07/42 phiếu (16,7%) trả lời tự đào tạo thông qua sự hỗ trợ của doanh nghiệp du lịch, qua diễn đàn, trao đổi, hợp tác giữa các bên; 01/42 phiếu (2,4%) trả lời không có thông tin, không có đơn vị nào tổ chức.

Qua kết quả khảo sát cho thấy, việc liên kết đào tạo và phát triển nguồn nhân lực cho phát triển CBT ở vùng ĐBSCL thời gian qua còn nhiều khó khăn, nguồn nhân lực còn thiếu kỹ năng, kiến thức về du lịch, thiếu ngoại ngữ và ít được tham gia tập huấn, bồi dưỡng, các hộ nông dân rất mong muốn nhận được sự hỗ trợ của các chủ thể có liên quan trong việc đào tạo nguồn nhân lực.

Ba là, liên kết xây dựng đồng bộ hạ tầng du lịch, hạ tầng giao thông cho CBT phát triển

Từ thực trạng kết cấu hạ tầng, nhất là hạ tầng giao thông ở vùng ĐBSCL còn khó khăn, đồng thời xác định du lịch là ngành kinh tế quan trọng,

vì thế thời gian qua, Chính phủ đã quan tâm đầu tư phát triển hạ tầng cho vùng ĐBSCL. Ngày 18/6/2022, Thủ tướng Chính phủ ký Nghị quyết số 78/NQ-CP ban hành Chương trình hành động của Chính phủ thực hiện Nghị quyết số 13-NQ/TW ngày 02/4/2022 “về phương hướng phát triển kinh tế - xã hội, bảo đảm quốc phòng, an ninh vùng ĐBSCL đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045”. Xác định ĐBSCL là khu vực có vị thế hết sức quan trọng và có nhiều tiềm năng, lợi thế cho phát triển. Chính phủ đang có những động thái đánh thức tiềm năng khu vực này bằng việc đầu tư hạ tầng, phát triển cầu, đường cao tốc nối từ thành phố Hồ Chí Minh đến thành phố Cần Thơ và kết nối các tỉnh trong vùng ĐBSCL, nâng cấp các đô thị hiện hữu để tạo điều kiện cho du lịch phát triển,... Việc quan tâm đầu tư này đã góp phần quan trọng vào phát triển du lịch nói chung và CBT ở vùng ĐBSCL nói riêng.

Xác định hạ tầng giao thông là mạch máu của nền kinh tế, là yếu tố tạo ra không gian thông suốt để thực thi liên kết vùng, điều đó tác động rất lớn góp phần thực hiện có hiệu quả việc liên kết kinh tế phát triển CBT vùng ĐBSCL. Thực hiện Quyết định số 287-TTg ngày 28/02/2022 của Thủ tướng Chính phủ “phê duyệt Quy hoạch vùng ĐBSCL thời kỳ 2021 - 2030; tầm nhìn đến năm 2050” xác định đến năm 2030, đầu tư xây dựng mới và nâng cấp khoảng 830 km đường bộ cao tốc; khoảng 4.000 km đường quốc lộ; 04 cảng hàng không; 13 cảng biển, 11 cụm hành khách và 13 cụm cảng hàng hóa đường thủy nội địa [121].

Các trục dọc, đường ngang, cầu vượt sông lớn đặc biệt là cao tốc Trung Lương - Mỹ Thuận; Mỹ Thuận - Cần Thơ, Cần Thơ - Hậu Giang - Cà Mau; Châu Đốc - Cần Thơ - Sóc Trăng; Lộ Tẻ - Rạch Sỏi; Mỹ An - Cao Lãnh, cùng với 10 cây cầu vượt sông lớn như cầu Cần Thơ, Năm Căn, Đầm Cùn, Châu Đốc, Đại Ngãi... là “những chiếc chìa khóa” mở ra không gian phát triển mới, tạo xung lực mới liên kết các tiểu vùng thuộc Tứ giác Long Xuyên, Tây sông Hậu và bán đảo Cà Mau, vùng ven biển Đông và dọc hành lang biển Tây, kết nối với cảng biển Trần Đề (*Xem Ảnh 2*).

Chính quyền các tỉnh, thành ở vùng ĐBSCL cũng đã tăng cường đầu tư hạ tầng kết nối để giúp cho du lịch ĐBSCL phát triển. Điển hình như:

Thành phố Cần Thơ đã đẩy mạnh nhiều giải pháp mang tính đột phá, đồng bộ để xây dựng kết cấu hạ tầng, nhất là hạ tầng giao thông. Xây dựng và nâng cấp, duy tu nhiều hạ tầng giao thông trọng điểm, liên vùng; Cảng hàng không quốc tế Cần Thơ mở rộng nhiều tuyến bay, nhằm kết nối giao thông liên vùng và quốc tế. Bên cạnh đó, Cần Thơ ứng dụng công nghệ thông tin, chuyển đổi số vào lĩnh vực du lịch, những thông tin về du lịch được cập nhật ở nhiều hệ thống, từ mạng xã hội đến các website, các hệ thống này thu hút 4.210.025 lượt truy cập, trung bình mỗi ngày có khoảng 3.700 lượt truy cập; Cần Thơ đã cập nhật thêm thông tin, bản đồ du lịch 3D, có thuyết minh camera 360 về các khu điểm, cơ sở lưu trú, lễ hành, ẩm thực, tour tuyến và cả đường dây nóng hỗ trợ du khách [35, tr.30]. Đặc biệt, để phát triển kinh tế ở Cồn Sơn trước đây (04 không: không điện, không nước sạch, không trường, không trạm), thành phố Cần Thơ đã triển khai chủ trương kéo 2.000 mét đường điện âm dưới lòng sông Hậu sâu 20 mét. Khi có điện, nhiều hộ nông dân ở Cồn Sơn đã khai thác những nghề truyền thống địa phương và hiện nay đã trở thành điểm đến CBT nổi tiếng với du khách trong và ngoài nước.

Tỉnh An Giang đã triển khai Chương trình hành động số 300/CTr-UBND ngày 04/6/2021 của UBND tỉnh An Giang về phát triển hạ tầng du lịch tỉnh An Giang giai đoạn 2021 - 2025, thu hút vốn đầu tư phát triển hạ tầng và cơ sở vật chất đảm bảo chất lượng, hiện đại, đồng bộ, tiện nghi, đáp ứng nhu cầu du khách. Triển khai hệ thống camera giám sát tại một số điểm tham quan du lịch, đẩy mạnh chuyển đổi số trong quản trị và kinh doanh du lịch, các nền tảng số về cung cấp các dịch vụ, sản phẩm du lịch, sử dụng trợ lý ảo, hình thức thanh toán không dùng tiền mặt trong hoạt động du lịch [35, tr.21].

Có thể nhận thấy, thời gian qua để phát triển du lịch nói chung và CBT nói riêng, các tỉnh, thành ở vùng ĐBSCL đã tăng cường xây dựng các hạ tầng

cho phát triển du lịch, điển hình như xây dựng các cơ sở lưu trú, khách sạn, nhà nghỉ, homestay và resort, nhằm tăng cường khả năng tiếp nhận du khách đến lưu trú tại vùng ĐBSCL. Các tỉnh đã quan tâm đầu tư, cải thiện, nâng cấp hạ tầng giao thông đường bộ, đường thủy và các phương tiện giao thông công cộng để phục vụ phát triển du lịch.

Tuy nhiên, việc hỗ trợ của nhà nước, doanh nghiệp du lịch về vốn, đầu tư cơ sở vật chất, hạ tầng cho các hộ nông dân đã hoặc đang làm CBT ở vùng ĐBSCL còn chưa cao, thậm chí có hộ nông dân chưa được hỗ trợ và khi được hỗ trợ thì tỷ lệ hoàn thành nghĩa vụ trả nợ của hộ nông dân vẫn còn ít.

Kết quả khảo sát 50 hộ nông dân đang làm CBT cho thấy, có 09/42 phiếu (21,4%) đánh giá không được hỗ trợ; 03/42 phiếu (7,2%) đánh giá mức độ hỗ trợ thấp hơn so với trước; 21/42 phiếu (50%) đánh giá bình thường. Chỉ có 09/42 phiếu (21,4%) đánh giá cao hơn so với trước; 12/41 phiếu (29,3%) cho rằng hoàn thành một phần; 08/41 phiếu (19,5%) chưa hoàn thành nghĩa vụ trả nợ đầu tư do nhà nước, doanh nghiệp du lịch hỗ trợ cho hộ nông dân.

Bốn là, liên kết phát triển chuỗi giá trị, xây dựng sản phẩm, chương trình CBT chung của toàn vùng

Thời gian qua các tỉnh, thành ở vùng ĐBSCL đã tăng cường hợp tác, liên kết không gian du lịch để chia sẻ, xây dựng, phát triển và khai thác hiệu quả tài nguyên CBT trong một không gian nhất định nhằm mục tiêu phát triển bền vững. Liên kết không gian du lịch vùng được xem là công cụ hữu hiệu phát triển chuyển chuỗi giá trị sản phẩm CBT của Vùng. Các tỉnh, thành và các bộ, ngành đã có tiếng nói chung, thông qua nhiều hoạt động như: Diễn đàn hợp tác kinh tế ĐBSCL hàng năm với chuỗi các sự kiện và chủ đề phát triển du lịch vùng, các hội nghị xúc tiến du lịch vùng thay cho các hoạt động riêng lẻ, chông chéo của các tỉnh, thành. Các tỉnh, thành vùng ĐBSCL đã ký kết với nhau và với thành phố Hồ Chí Minh.

Các tỉnh, thành liên kết xây dựng sản phẩm phẩm CBT đặc thù của Vùng

dựa trên giá trị đặc sắc, độc đáo, có sự tương đồng nhưng chứa đựng sự khác biệt. Sản phẩm CBT đặc thù ở vùng ĐBSCL gắn với sản phẩm du lịch đặc thù chung của toàn Vùng, đó chính là “Thế giới sông nước Mê Kông” (Mekong Water World), gắn với giá trị văn hóa bản địa, đờn ca tài tử, cảnh quan sinh thái, sông nước, vùng sinh cảnh ngập nước và biển đảo, chợ nổi trên sông, làng nghề truyền thống, không gian bảo tàng lúa nước, ẩm thực đặc sắc Tây Nam là những giá trị cốt lõi của CBT ở vùng ĐBSCL.

Những năm qua vấn đề liên kết vùng được các tỉnh, thành ở vùng ĐBSCL quan tâm. Ban Chỉ đạo Tây Nam Bộ trước đây, Hiệp hội Du lịch ĐBSCL, các tỉnh, thành trong Vùng đã có nhiều nỗ lực tăng cường hợp tác, liên kết. Sản phẩm du lịch “Một điểm đến bốn địa phương +” ra đời là nỗ lực đáng ghi nhận của Hiệp hội Du lịch ĐBSCL và ngành du lịch Cần Thơ, An Giang, Kiên Giang, Cà Mau và Bạc Liêu, nơi chiếm hơn 70% lượt khách du lịch của toàn Vùng.

Sản phẩm CBT ở vùng ĐBSCL được khai thác chủ yếu tập trung dựa trên giá trị cảnh quan sinh thái, miệt vườn, biển đảo, rừng; dựa trên các hoạt động sản xuất nông nghiệp (nông - lâm - thủy sản); dựa trên các giá trị truyền thống của khu vực nông thôn, biển đảo; dựa trên những giá trị di tích, văn hóa, lịch sử, phong tục tập quán, lễ hội của cộng đồng; sản phẩm gắn với nông nghiệp, nhà vườn; khai thác các sản phẩm OCOP; sản phẩm nghỉ dưỡng biển đảo; nhóm sản phẩm tham gia vào chuỗi cung ứng dịch vụ du lịch (thực phẩm, đồ uống, đặc sản, quà tặng, đồ trang trí, hàng lưu niệm).

Hội đồng bình chọn điểm du lịch tiêu biểu ĐBSCL thường xuyên khảo sát, thẩm định xét công nhận điểm du lịch tiêu biểu, trong đó nhiều điểm CBT được công nhận là điểm du lịch tiêu biểu. Chẳng hạn như vào năm 2022, Hội đồng đã khảo sát, thẩm định xét công nhận 05 điểm mới, trong đó có 02 điểm CBT Cồn Chim (Châu Thành, Trà Vinh). Các điểm du lịch tiêu biểu ĐBSCL sau khi được công nhận đều thường xuyên đầu tư nâng cấp, duy trì và nâng cao chất lượng sản phẩm, dịch vụ, đồng thời tăng cường xúc tiến quảng bá, tạo dựng hình ảnh để thu hút khách và thực tế đã phát huy tác dụng.

Kết quả điều tra khảo sát 147 người đại diện các hộ nông dân tại tỉnh Kiên Giang trong khuôn khổ xây dựng Đề án phát triển CBT trên địa bàn tỉnh Kiên Giang giai đoạn 2021 - 2025, định hướng đến năm 2030 đã khảo sát 50 hộ liên kết tham gia làm du lịch chiếm 34%; 97 hộ không làm du lịch, chiếm 66%. Các công việc tham gia vào liên kết phát triển CBT tương đối đa dạng, cao nhất là kinh doanh, ăn uống và lưu trú (có 33 hộ chiếm 66%). Các hoạt động dự kiến tham gia liên kết xây dựng sản phẩm du lịch chủ yếu là: kinh doanh ăn uống 37,9%, bán hàng cho khách du lịch 22,3%; chuyên chở khách đi tham quan 17%. Các hoạt động khác chiếm tỉ lệ thấp [138].

Chương trình liên kết, hợp tác phát triển du lịch giữa thành phố Hồ Chí Minh và 13 tỉnh, thành ĐBSCL là một trong những chương trình trọng điểm của Vùng đang triển khai có hiệu quả, góp phần cho CBT ở vùng ĐBSCL phát triển, gồm 3 trục tuyến du lịch đặc trưng: Tuyến “Những nẻo đường phù sa” kết nối thành phố Hồ Chí Minh - Tiền Giang - Vĩnh Long - Cần Thơ - Hậu Giang - Sóc Trăng - Bạc Liêu - Cà Mau; Tuyến “Non nước hữu tình” kết nối thành phố Hồ Chí Minh - Tiền Giang - Bến Tre - Trà Vinh; Tuyến “Sắc màu vùng biên” kết nối thành phố Hồ Chí Minh - Tiền Giang - Long An - Đồng Tháp - An Giang - Kiên Giang. Trên cơ sở 3 trục chính này các doanh nghiệp du lịch, lữ hành đã hợp tác, liên kết xây dựng nhiều chương trình du lịch từ thành phố Hồ Chí Minh đến các tỉnh, thành ở vùng ĐBSCL. Đây được xem là bộ sản phẩm đặc trưng, định hướng ĐBSCL khai thác du lịch nói chung và CBT nói riêng phát huy thế mạnh, sự đa dạng của từng địa phương.

Cùng với 3 trục tuyến chính, hoạt động của 2 cụm liên kết, hợp tác phát triển du lịch phía Đông và phía Tây cũng mang đến nhiều hiệu quả như: tổ chức tham gia gian hàng chung của khu vực, của cụm tại các sự kiện; tổ chức Hội nghị xúc tiến, quảng bá chung tại miền Trung, Tây Bắc; phối hợp khảo sát, thẩm định các điểm tiêu biểu ĐBSCL hàng năm; xây dựng các tour, tuyến du lịch tiêu biểu; các hoạt động tích cực hỗ trợ, kết nối với nhau giữa các

doanh nghiệp du lịch trong và ngoài khu vực. Có thể nhận thấy, thời gian qua các chủ thể tham gia liên kết kinh tế đã xây dựng được nhiều sản phẩm, thương hiệu và chương trình du lịch hấp dẫn được du khách khi đến với CBT.

Kết quả khảo sát 25 doanh nghiệp du lịch về sự quan tâm của doanh nghiệp du lịch trong việc liên kết với hộ nông dân và các đối tác khác xây dựng sản phẩm, thương hiệu, chương trình CBT chung của toàn vùng thì có 12/24 phiếu (50%) doanh nghiệp du lịch trả lời thường xuyên quan tâm; 10/24 phiếu (41,7%) trả lời thỉnh thoảng; 02/24 phiếu (8,3%) không quan tâm. Kết quả khảo sát 50 hộ nông dân đã hoặc đang làm CBT về mức độ hợp tác, liên kết với các chủ thể khác trong việc xây dựng sản phẩm CBT đặc thù của địa phương, thì có 02/41 phiếu (4,9%) trả lời rất thường xuyên; 21/41 phiếu (51,2%) trả lời thường xuyên hợp tác, liên kết; 14/41 phiếu (34,1%) trả lời thỉnh thoảng; 04/41 phiếu (9,8%) trả lời không quan tâm.

Kết quả khảo sát 210 du khách, đánh giá về sự hấp dẫn của CBT ở vùng ĐBSCL có 149/203 phiếu (73%) du khách trả lời hấp dẫn phong cảnh đẹp; 134/203 phiếu (66%) hấp dẫn do không khí trong lành; 103/203 phiếu (50,7%) hấp dẫn do di sản văn hóa đặc biệt; 120/203 phiếu (59,1%) hấp dẫn do sự mến khách; 113/203 phiếu (55,7%) hấp dẫn do các món ăn đặc sản hấp dẫn; 53/203 phiếu (26,1%) hấp dẫn do đặc điểm hoang sơ; 43/203 phiếu (21,2%) hấp dẫn do bãi biển đẹp. Bên cạnh đó, khi hỏi về nhận định của du khách về yếu tố hấp dẫn của CBT ở vùng ĐBSCL về: Phong cảnh thiên nhiên hấp dẫn; Cảnh hoang sơ, hùng vĩ, bãi biển đẹp; Hệ sinh thái tự nhiên phong phú, đa dạng; Di tích lịch sử - văn hóa có giá trị; Lễ hội và phong tục tập quán đặc sắc; Người dân rất thân thiện, mến khách; Môi trường trong lành, chưa bị ô nhiễm, thì có số lượng du khách trả lời với tỷ trọng cao thiên về mức độ đồng ý và rất đồng ý với các yếu tố nêu trên.

Mặt khác, khi hỏi về hoạt động chủ yếu của du khách khi đến với CBT ở vùng ĐBSCL thì có 146/203 phiếu (71,9%) là hoạt động tham quan di tích

lịch sử - văn hóa; 144/203 phiếu (70,9%) thưởng thức các món ăn đặc sản địa phương; 82/203 phiếu (40,4%) mua đặc sản, quà lưu niệm sản xuất tại địa phương; 74/203 phiếu (36,5%) tham gia các sinh hoạt cộng đồng (lễ hội, trò chơi dân gian); 78/203 phiếu (38,4%) thưởng thức nghệ thuật cổ truyền (đờn ca tài tử, dân ca, dân vũ); 75/203 phiếu (36,9%) tham gia chương trình ngắm cảnh, tắm biển, tham quan đảo; 88/203 phiếu (43,3%) tìm hiểu đời sống văn hóa của người dân địa phương.

Đồng thời, khi đánh giá về chất lượng sản phẩm và dịch vụ tại các điểm CBT, đa số du khách đều nhận định đồng ý và rất đồng ý đối với các nhận định đánh giá: sản phẩm và dịch vụ đa dạng, hấp dẫn; địa bàn du lịch có nhiều điểm tham quan hấp dẫn; nơi tiếp đón khách rộng rãi, thoáng mát; các món ăn có tính hấp dẫn với du khách; dịch vụ ăn uống đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm; dịch vụ ăn uống chất lượng tốt; dịch vụ homestay (nghỉ tại nhà dân) có chất lượng tốt; du khách được trải nghiệm đời sống địa phương; dịch vụ vận chuyển khách du lịch được tổ chức tốt.

Qua kết quả khảo sát trên cho thấy CBT ở vùng ĐBSCL trong thời gian qua đã được phát huy tiềm năng và thế mạnh trong việc phát triển các sản phẩm CBT đặc thù của Vùng. Thông qua nhận xét, đánh giá của du khách - đây có thể là kênh tham khảo cho việc hợp tác, liên kết xây dựng sản phẩm, thương hiệu, chương trình CBT chung của toàn vùng ĐBSCL trong tương lai.

Năm là, tổ chức tuyên truyền về liên kết kinh tế, quảng bá và xúc tiến xây dựng thương hiệu CBT

Thời gian qua, các tỉnh, thành ở vùng ĐBSCL đã quan tâm nhiều đến công tác tuyên truyền về liên kết kinh tế trong phát triển CBT. Kết quả khảo sát 50 hộ nông dân đã hoặc đang làm CBT đánh giá sự quan tâm của chính quyền địa phương, các tổ chức chính trị - xã hội tuyên truyền về hợp tác, liên kết phát triển CBT có 03/42 phiếu (7,1%) trả lời rất thường xuyên; 21/42 phiếu (50%) trả lời thường xuyên; 16/42 phiếu (38,1%) trả lời thỉnh thoảng;

01/42 phiếu (2,4%) trả lời không được tuyên truyền; 01/42 phiếu (2,4%) trả lời rất không quan tâm. Cũng câu hỏi trên, khi khảo sát 60 hộ nông dân chưa làm CBT thì có 06/59 phiếu (10,2%) trả lời rất thường xuyên; 12/59 phiếu (20,3%) trả lời thường xuyên; 26/59 phiếu (44,1%) trả lời thỉnh thoảng; 14/59 phiếu (23,7%) trả lời không được tuyên truyền.

Bảng 3.6. Hình thức, phương thức tuyên truyền của chính quyền địa phương, các tổ chức chính trị - xã hội về hợp tác, liên kết phát triển CBT ở vùng ĐBSCL

Đơn vị: số phiếu, lượt trả lời phiếu, %

STT	Hình thức, phương thức tuyên truyền (nhiều sự lựa chọn)	Đánh giá của hộ nông dân đang làm CBT		Đánh giá của hộ nông dân chưa làm CBT	
		Phiếu trả lời	%	Phiếu trả lời	%
1	Tổ chức giao lưu giữa doanh nghiệp du lịch và địa phương	25/42	59,5	07/59	11,9
2	Thông qua mạng xã hội	20/42	47,6	27/59	45,8
3	Báo chí	18/42	42,9	09/59	15,3
4	Phát thanh, truyền hình, radio	22/42	52,4	26/59	44,1
5	Thông qua các hoạt động xúc tiến du lịch tại địa phương, các hoạt động chào mừng các ngày lễ, các sự kiện quan trọng của địa phương	21/42	50,0	25/59	42,4
6	Thông qua việc phối hợp tổ chức đón các đoàn vào địa phương khảo sát, giới thiệu sản phẩm, tạo điều kiện cho các doanh nghiệp du lịch có cơ hội giới thiệu dự án đầu tư, giới thiệu sản phẩm, tiếp thị bán hàng	23/42	54,8	0/59	0
7	Khác	01/42	2,4	04/59	6,8

Nguồn: Khảo sát của tác giả luận án.

Kết quả khảo sát 50 hộ nông dân đã hoặc đang làm CBT và 60 hộ nông dân chưa làm CBT cho thấy các hộ nông dân ở vùng ĐBSCL thường xuyên được tuyên truyền về hợp tác, liên kết trong phát triển CBT đa dạng về hình thức, phương thức đa dạng. Riêng đối với hình thức tuyên truyền thông qua việc phối hợp tổ chức các đoàn vào địa phương khảo sát, giới thiệu sản phẩm, tạo điều kiện cho các doanh nghiệp du lịch có cơ hội giới thiệu dự án đầu tư, giới thiệu sản phẩm, tiếp thị bán hàng thì hộ nông dân chưa làm CBT chưa được tiếp cận đối với hình thức này (Xem Bảng 3.6).

Khảo sát 50 hộ nông dân đã hoặc đang làm CBT về nguồn thông tin mà hộ nông dân nắm bắt được thị trường du lịch thì có 30/42 phiếu (71,4%) trả lời từ nguồn internet; 23/42 phiếu (54,5%) trả lời từ nguồn báo chí; 22/42 phiếu (52,4%) trả lời từ nguồn tivi, radio; 19/42 phiếu (45,2%) trả lời từ nguồn doanh nghiệp du lịch; 19/42 phiếu (45,2%) trả lời từ người thân, hàng xóm.

Khi đánh giá về mức độ hiệu quả công tác tuyên truyền của chính quyền địa phương, các tổ chức chính trị - xã hội thì được các hộ nông dân đã hoặc đang làm CBT đa phần đánh giá hiệu quả và rất hiệu quả (*Xem Bảng 3.7*).

Bảng 3.7. Đánh giá của hộ nông dân về mức độ hiệu quả công tác tuyên truyền của chính quyền địa phương, các tổ chức chính trị - xã hội về hợp tác, liên kết phát triển CBT ở vùng ĐBSCL

Đơn vị: số phiếu, lượt trả lời phiếu, %

STT	Mức độ hiệu quả công tác tuyên truyền	Đánh giá của hộ nông dân đang làm CBT		Đánh giá của hộ nông dân chưa làm CBT	
		Phiếu trả lời	%	Phiếu trả lời	%
1	Rất không hiệu quả	0/40	0	0/59	0
2	Không hiệu quả	02/40	5,0	03/59	5,1
3	Ít hiệu quả	09/40	22,5	16/59	27,1
4	Hiệu quả	26/40	65,0	32/59	54,2
5	Rất hiệu quả	03/40	7,5	8/59	13,6

Nguồn: Khảo sát của tác giả luận án.

Kết quả khảo sát trong khuôn khổ xây dựng Đề án phát triển CBT trên địa bàn tỉnh Kiên Giang giai đoạn 2021 - 2025, định hướng đến năm 2030 đã khảo sát 206 du khách du lịch tại tỉnh Kiên Giang thì ý kiến của du khách cho biết nguồn tin mà du khách biết đến các điểm CBT chủ yếu qua người thân, bạn bè và qua mạng Internet. Các nguồn từ các doanh nghiệp du lịch, ấn phẩm du lịch còn thấp (nguồn tin từ người thân, bạn bè 65%, từ internet 42,2%, từ tivi 6,3%, từ công ty du lịch 2,4%, từ báo, tạp chí in 1,9%, từ ấn phẩm du lịch 1%, từ nguồn tin khác 3,4%) [138].

Khảo sát 210 khách du lịch tại các điểm CBT ở vùng ĐBSCL, ý kiến của du khách cho biết nguồn tin mà khách biết đến các điểm du lịch cũng chủ

yếu là qua mạng internet 139/203 phiếu (68,5%); 110/203 phiếu (54,2%) từ người thân, bạn bè; 70/203 phiếu (34,5%) từ tivi; 144/203 phiếu (21,7%) từ công ty du lịch; 19/203 phiếu (9,4%) từ ấn phẩm du lịch.

Kết quả khảo sát 25 doanh nghiệp đánh giá về cơ chế hỗ trợ và phát huy vai trò của nhà nước trong việc đề ra các chính sách, phát triển hạ tầng, cấp giấy phép, hoạt động xúc tiến, định hướng, tuyên truyền để các chủ thể tham gia liên kết tự nguyện làm theo và có chế tài bắt buộc thì có 03/24 phiếu (12,5%) đánh giá rất hỗ trợ; 09/24 phiếu (37,5%) đánh giá hỗ trợ; 10/24 phiếu (41,7%) trả lời ít hỗ trợ; 01/24 phiếu (4,2%) đánh giá không hỗ trợ; 01/24 phiếu (4,2%) đánh giá hoàn toàn không hỗ trợ. Cũng cùng khảo sát, về cơ chế thúc đẩy hợp tác, giao lưu giữa các hiệp hội du lịch, các trung tâm thông tin và xúc tiến du lịch, các câu lạc bộ, hội nghề nghiệp hoạt động du lịch thì có 03/24 phiếu (13%) đánh giá rất hỗ trợ; 10/24 phiếu (43,55%) đánh giá hỗ trợ; 03/24 phiếu (13%) đánh giá ít hỗ trợ.

Khảo sát 50 hộ nông dân đã hoặc đang làm CBT về mong muốn được hỗ trợ gì khi làm CBT thì có đến 26/43 phiếu (60,5%) mong muốn được hỗ trợ quảng cáo về dịch vụ CBT. Qua đó cho thấy hoạt động xúc tiến, quảng bá về CBT ở vùng ĐBSCL cần phải được tiếp tục đổi mới để đạt hiệu quả cao.

Để phát huy vai trò hợp tác, liên kết thúc đẩy CBT phát triển, hàng năm các tỉnh, thành trong cụm của Vùng đã luân phiên nhau làm cụm trưởng và đã xây dựng kế hoạch hợp tác, liên kết phát triển du lịch 06 địa phương nhằm phát huy tính liên kết trong hoạt động quảng bá, xúc tiến, từng bước định vị thương hiệu du lịch cụm “6 địa phương - 1 điểm đến”. Các tỉnh, thành đã đẩy mạnh hợp tác, liên kết thông qua các hội chợ du lịch như: Ngày hội Du lịch thành phố Hồ Chí Minh, “Hội chợ Du lịch Quốc tế Việt Nam - VITM Ha Noi”, “Hội chợ du lịch quốc tế ITE thành phố Hồ Chí Minh”, phối hợp với Hiệp hội Du lịch ĐBSCL tổ chức khảo sát điểm đến và Hội nghị xúc tiến, quảng bá du lịch ĐBSCL với các tỉnh miền Trung tại thành phố Đà Nẵng,

tham quan Chương trình khảo sát điểm đến và Hội nghị Xúc tiến, quảng bá tại tỉnh Lào Cai... Để hỗ trợ cho hoạt động xúc tiến du lịch, các địa phương đã tiến hành xuất bản các ấn phẩm, vật phẩm chung như: Tờ gấp du lịch, sách hướng dẫn du lịch, sản xuất phim quảng bá du lịch các địa phương...

Chính quyền các tỉnh, thành vùng ĐBSCL đã tổ chức nhiều sự kiện như: Lễ hội bánh dân gian, Lễ hội đờn ca tài tử tại thành phố Cần Thơ, Lễ hội Sen Đồng Tháp, Lễ hội Dừa Bến Tre, Tuần Văn hóa - Du lịch Long An, Ngày hội Văn hóa - Du lịch Bạc Liêu, Lễ hội Cua Cà Mau,... đã thu hút nhiều du khách trong và ngoài nước đến với ĐBSCL. Năm 2022 và 2023 ngành du lịch ĐBSCL đã nỗ lực và quyết tâm tăng cường hợp tác, liên kết; đẩy mạnh xúc tiến, quảng bá du lịch, phục hồi và phát triển du lịch ĐBSCL hậu Covid-19. Các tỉnh, thành đã phối hợp với các chủ thể có liên quan đẩy mạnh thực hiện nhiều giải pháp thu hút du khách đến với ĐBSCL trong điều kiện bình thường mới. Thực hiện hiệu quả chương trình hợp tác, liên kết phát triển du lịch của 2 cụm phía Tây và phía Đông ĐBSCL. Các tỉnh, thành ĐBSCL đã tăng cường các hoạt động hợp tác, liên kết giữa 13 tỉnh, thành ĐBSCL với thành phố Hồ Chí Minh, với các tỉnh, thành và các Trung tâm du lịch lớn trong cả nước như Hà Nội, Hải Phòng, Đà Nẵng, Quảng Ninh, Khánh Hòa, Lâm Đồng,... trong đó, vai trò của doanh nghiệp du lịch là nòng cốt. Chính quyền các tỉnh, thành ở vùng ĐBSCL đã có sự hỗ trợ doanh nghiệp du lịch đẩy mạnh hoạt động quảng bá, xúc tiến du lịch trong và ngoài nước, trong đó quan tâm thu hút khách nước ngoài đến với ĐBSCL.

Hiệp hội Du lịch ĐBSCL kết nối với các hội viên triển khai chương trình quảng bá, xúc tiến du lịch tại Nhật Bản và các vùng trong nước ở các tỉnh Tây Bắc, Đông Bắc, miền Trung, Tây Nguyên. Cùng với Hiệp hội du lịch Việt Nam và thành phố Cần Thơ tổ chức Hội chợ Du lịch Quốc tế lần thứ 2 tại Cần Thơ (VITM-Cần Thơ 2023). Hiệp hội Du lịch ĐBSCL đã kết nối với các hội viên và các Trung tâm xúc tiến du lịch, Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch các tỉnh,

thành ĐBSCL đẩy mạnh xúc tiến quảng bá, liên kết phát triển du lịch ĐBSCL, trong đó có hoạt động xúc tiến, quảng bá, liên kết phát triển CBT.

Hoạt động quảng bá, xúc tiến được triển khai thường xuyên ở một số địa phương trong Vùng. Điển hình như Chính quyền tỉnh Kiên Giang đã phối hợp tuyên truyền, tổ chức thành công nhiều sự kiện xúc tiến, quảng bá CBT bằng nhiều hình thức: tuyên truyền, quảng bá trên các phương tiện thông tin đại chúng, phát tờ rơi, tờ gấp đến các doanh nghiệp du lịch (nhất là các công ty lữ hành du lịch, các hộ nông dân làm du lịch...), lắp đặt quảng bá hình ảnh CBT Đầm Đông Hồ tại bến tàu khách. Các tỉnh Đồng Tháp, Long An, Tiền Giang liên kết với nhau thực hiện hình thức quảng bá như: lắp quảng cáo, in tờ rơi và lập website giới thiệu về CBT các tỉnh; những năm qua đã liên kết thực hiện xây dựng và in ấn hơn 50.000 bản đồ, sản phẩm CBT của 3 tỉnh để quảng bá du lịch, phục vụ cho nhu cầu tham quan, phối hợp cùng Đài truyền hình Việt Nam xây dựng các phóng sự giới thiệu về du lịch nói chung và CBT của 3 tỉnh.

Ngoài ra, hình thức tuyên truyền thông qua cuộc họp chuyên đề, hội nghị, sinh hoạt Tổ nhân dân tự quản ra dân trên cộng đồng cũng được chính quyền địa phương triển khai thực hiện.

Sáu là, liên kết các địa phương trong vùng để đàm phán, ký kết bản ghi nhớ, hợp tác ngoại vùng và với các tổ chức quốc tế

Trên cơ sở nhận định khách du lịch của ĐBSCL sẽ đến từ Hà Nội, Đà Nẵng, Tây Nguyên, Thành phố Hồ Chí Minh và Đông Nam Bộ, cùng với thị trường quốc tế du khách chủ yếu đến từ khu vực Đông Bắc Á, Tây Âu và các nước như Mỹ, Australia, New Zealand, Singapore, Malaysia, Thái Lan, Indonesia, Campuchia,... các tỉnh, thành vùng ĐBSCL, Hiệp hội Du lịch ĐBSCL đã chú trọng việc liên kết để đàm, ký kết các bản ghi nhớ hợp tác với các tỉnh, thành khác trong cả nước để tìm kiếm cơ hội, đối tác, thị trường du khách trong và ngoài nước đến với ĐBSCL.

Hiệp hội Du lịch ĐBSCL phối hợp với các tỉnh, thành vùng ĐBSCL tổ

chức Hội nghị xúc tiến, quảng bá du lịch ĐBSCL tại các tỉnh, thành miền Trung tại thành phố Đà Nẵng với hy vọng các tỉnh, thành của hai vùng thường xuyên trao đổi, chia sẻ thông tin tình hình phát triển du lịch, liên kết, hợp tác trong quảng bá, xúc tiến, kết nối tổ chức các hoạt động, sự kiện xúc tiến du lịch liên vùng, kích cầu du lịch để thu hút khách quốc tế. Tại Hội nghị cũng đã ký kết biên bản ghi nhớ hợp tác giữa các cơ quan quản lý, doanh nghiệp du lịch các tỉnh, thành vùng ĐBSCL với các tỉnh, thành miền Trung nhằm tăng cường mối liên kết, hợp tác phát triển trong thời gian tới.

Hiệp hội Du lịch ĐBSCL thời gian qua đã tổ chức Hội nghị xúc tiến, quảng bá du lịch ĐBSCL với các tỉnh Tây Bắc, với chủ đề “Hợp tác - Kết nối - Phát triển” để giới thiệu thông tin, tiềm năng về du lịch của vùng ĐBSCL đến với các đối tác, các địa phương, nhằm tìm kiếm cơ hội hợp tác, mở rộng thị trường, thu hút khách các vùng khác đến với ĐBSCL. Đại diện các tỉnh, thành trong vùng và Hiệp hội Du lịch của hai Vùng đã ký kết bản ghi nhớ hợp tác phát triển du lịch, trong đó có CBT trong thời gian tới.

Các Sở Du lịch/Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch 13 tỉnh, thành vùng ĐBSCL cũng đã phối hợp ký kết chương trình hợp tác phát triển với Hà Nội Qua chương trình, các địa phương đã chủ động trao đổi thông tin và kịp thời trong công tác quản lý nhà nước, hợp tác liên kết giữa Hiệp hội Du lịch ĐBSCL, các doanh nghiệp lữ hành vùng ĐBSCL, doanh nghiệp lữ hành Thủ đô tổ chức tour du lịch khám phá CBT khu vực ĐBSCL và đạt được nhiều thành công nhất định. Đồng thời 13 tỉnh, thành vùng ĐBSCL cũng đã ký kết bản ghi nhớ hợp tác với Thành phố Hồ Chí Minh trong việc định hướng liên kết để phát triển các du lịch nói chung và CBT nói riêng, liên kết theo không gian, liên kết hợp tác quốc tế, liên kết vùng, liên kết theo cụm du lịch, liên kết theo nội dung, liên kết phát triển sản phẩm, thị trường, quảng bá xúc tiến và liên kết giữa doanh nghiệp du lịch. Đặc biệt, giữa các đơn vị cung ứng dịch vụ du lịch và doanh nghiệp lữ hành thành phố Hồ Chí Minh và các tỉnh, thành

vùng ĐBSCL đã ký kết chương trình hợp tác. Cũng nhờ đó, trong năm 2023, có hơn 2,7 triệu lượt khách sử dụng chương trình du lịch chuỗi liên kết về khu vực ĐBSCL để trải nghiệm những nét văn hóa, sinh thái, sông nước, miệt vườn, cộng đồng và thưởng thức ẩm thực Nam Bộ.

Tuy nhiên, thời gian qua việc hỗ trợ của chính quyền các tỉnh, thành ở vùng ĐBSCL trong việc làm cầu nối giữa doanh nghiệp du lịch với các hộ nông dân và chính quyền quyền địa phương trong việc ký kết và thực hiện các hợp đồng hợp tác, liên kết kinh tế chưa được thường xuyên. Qua việc khảo sát đánh giá của 25 doanh nghiệp du lịch cho thấy có 03/24 phiếu (12,5%) trả lời nhà nước không quan tâm hỗ trợ; 11/24 phiếu (45,8%) trả lời thỉnh thoảng hỗ trợ trong việc làm cầu nối giữa doanh nghiệp du lịch với các hộ nông dân và chính quyền địa phương để ký kết và thực hiện các hợp đồng kinh tế phát triển CBT ở vùng ĐBSCL; có 09/24 phiếu (37,5%) trả lời thường xuyên hỗ trợ; 01/24 phiếu (4,2%) trả lời rất thường xuyên hỗ trợ. Đồng thời, khảo sát 50 hộ nông dân đã hoặc đang làm CBT, có 12/43 phiếu (27,9%) trả lời gặp khó trong việc hợp tác, liên kết với doanh nghiệp du lịch; 09/43 phiếu (20,9%) khó khăn vì chưa nhận được sự quan tâm, hỗ trợ từ phía nhà nước; 06/43 phiếu (14%) còn cho rằng việc thực hiện các hợp đồng đã ký kết giữa các hộ nông dân với nhau không được đảm bảo.

3.2.2.2. Tình hình hoạt động liên kết các chủ thể trong cùng một địa phương ở vùng đồng bằng sông Cửu Long

Một là, liên kết giữa các hộ nông dân với nhau

Trên cơ sở phân công lao động xã hội, các hộ nông dân trong cộng đồng ở vùng ĐBSCL đã hợp tác, liên kết với nhau. Mỗi hộ nông dân sẽ cung cấp những sản phẩm, dịch vụ cụ thể gắn tư liệu sản xuất mà mình đang sở hữu hoặc gắn với một trình độ, năng khiếu, sở trường, lợi thế... Qua hợp tác, liên kết đã làm phong phú các sản phẩm CBT. Điển hình như CBT Còn Sơn ở Cần Thơ, mỗi hộ nông dân phát huy thế mạnh của mình đã hợp tác, liên kết với

nhau cùng khai thác các sản phẩm du lịch, điển hình như: các hộ nông dân đã liên kết với nhau, mỗi hộ cung cấp, trao đổi với nhau những sản phẩm, dịch vụ đặc trưng, phong phú cho điểm CBT (dịch vụ cá massage chân, chiêm ngưỡng màn trình diễn “cá lóc bay”, cùng nông dân tát mương bắt cá, tham quan vườn trái cây, cùng nông dân làm bánh dân gian, ăn mâm cơm cộng đồng với đủ các món, mỗi món là do mỗi hộ nông dân làm CBT cung cấp...); ở Đồng Tháp, các hộ nông dân liên kết với nhau trồng hoa xung quanh, không tạo rào chắn, hình thành những mảnh vườn liên tiếp, hay liên kết các hộ nông dân trồng rẫy, hái hoa màu, bắt cá dưới ao,... trải nghiệm cuộc sống bản địa; ở Tiền Giang (cù lao Thới Sơn, cù lao Tân Phong), nhiều hộ nhà vườn đã liên kết với nhau để xây dựng các sản phẩm CBT đặc thù của địa phương như: phục vụ đồ máy, đồ chèo, đờn ca tài tử, làm cốm, kẹo, bán hàng lưu niệm, ăn uống...; ở Kiên Giang (CBT xã Tiên Hải), tại ấp Hòn Tre, 17 hộ nông dân được lựa chọn thực hiện đề án CBT đã liên kết với nhau trong việc phục vụ ẩm thực địa phương, lưu trú (11 hộ), hộ hướng dẫn khách trải nghiệm, tham quan các đảo, câu cá giải trí (04 hộ), hộ nuôi cá lồng bè phục vụ du khách tham quan, tìm hiểu nghề nuôi trồng thủy sản trên đảo.

Kết quả khảo sát 50 hộ nông dân đã hoặc đang tham gia làm CBT đánh giá về mức độ thường xuyên hợp tác, liên kết giữa các hộ nông dân với nhau cho thấy có 20/41 phiếu (48,8%) đánh giá thỉnh thoảng hợp tác, liên kết; 15/41 phiếu (36,6%) đánh giá thường xuyên liên kết, hợp tác; 05/41 phiếu (12,2%) đánh giá rất thường xuyên; 01/41 phiếu (2,4%) đánh giá không hợp tác liên kết. Đánh giá về hiệu quả của hoạt động liên kết này, có 12/42 phiếu (28,6%) đánh giá ít hiệu quả; 24/42 phiếu (57,1%) đánh giá hiệu quả; 06/42 phiếu (14,3%) đánh giá rất hiệu quả.

Hai là, liên kết giữa các doanh nghiệp du lịch với nhau

Thời gian qua ở vùng ĐBSCL, các doanh nghiệp du lịch đã thường xuyên có sự hợp tác, liên kết để phát huy thế mạnh, bổ sung cho nhau những

khiếm khuyết nhằm thực hiện tốt các khâu trong quá trình cung cấp dịch vụ cho du khách từ khâu đầu tiên đến khâu cuối cùng trong chương trình du lịch. Mục đích của liên kết này nhằm tìm khách hàng và cùng chia sẻ khai thác thế mạnh giữa các bên. Qua đó đã hình thành nhiều group như: cộng đồng du lịch ĐBSCL, group hợp tác nghiên cứu khoa học du lịch, hiệp hội du lịch, nhiều chuỗi hợp tác, liên kết tour tuyến, lữ hành, vận chuyển khách... đã và đang hoạt động có hiệu quả.

Thực hiện Chương trình liên kết thành phố Hồ Chí Minh và các tỉnh, thành vùng ĐBSCL, cộng đồng các doanh nghiệp - lữ hành liên kết, phối hợp cùng Hiệp hội Du lịch ĐBSCL và các hiệp hội du lịch tỉnh, để cung ứng dịch vụ khai thác từ thành phố Hồ Chí Minh đến các tỉnh, thành vùng ĐBSCL, đã chung tay phối hợp, liên kết, tận dụng thế mạnh của thành phố Hồ Chí Minh và các tỉnh, thành về lợi thế sông nước, miệt vườn và môi trường xanh để xây dựng sản phẩm tour tuyến, khai thác các sản phẩm CBT đặc thù, tránh trùng lặp và hạn chế “cạnh tranh nhau” giữa các địa phương góp phần phát triển mạnh mẽ hoạt động phát triển sản phẩm CBT với tinh thần cộng hưởng, cùng chia sẻ với các địa phương.

Khi khảo sát 25 doanh nghiệp du lịch đánh giá về mức độ thường xuyên hợp tác giữa các doanh nghiệp du lịch với nhau thì có 01/24 phiếu (4,2%) đánh giá không hợp tác, liên kết; 11/24 phiếu (45,8%) đánh giá thỉnh thoảng hợp tác, liên kết; 11/24 phiếu (45,8%) đánh giá thường xuyên hợp tác, liên kết; 01/24 phiếu (4,2%) đánh giá rất thường xuyên. Đánh giá về mức độ hiệu quả của hoạt động liên kết này thì có 02/24 phiếu (8,3%) đánh giá không hiệu quả; 08/24 phiếu (33,3%) đánh giá ít hiệu quả; 14/24 phiếu (58,4%) đánh giá hiệu quả.

Ba là, liên kết giữa hộ nông dân và doanh nghiệp du lịch

Các doanh nghiệp du lịch tổ chức tour du lịch kết nối các điểm du lịch sinh thái, CBT, du lịch trải nghiệm, du lịch miệt vườn,... thông qua hoạt động

kinh doanh của doanh nghiệp đã liên kết với các hộ nông dân tại các điểm CBT để đưa du khách đến với CBT. Thông thường việc hợp tác, liên kết này diễn ra trên cơ sở tự nguyện, hợp tác, liên kết với nhau, đôi bên cùng có lợi, điển hình như: Vietravel, Ben Thanh Tourist, Sai Gon Tourist,... đã liên kết với các hộ nông dân làm CBT để đưa du khách đến trải nghiệm, tham quan, sử dụng các sản phẩm, dịch vụ CBT như:

Đến với CBT Cồn Sơn, du khách được hướng dẫn viên đưa xuống đò, xuôi theo dòng sông Hậu để tham quan quy trình nuôi cá bè của các hộ ngư dân trên sông, trải nghiệm cho cá ăn, sử dụng dịch vụ cá massage chân, chụp hình lưu niệm và thưởng thức miễn phí món chả cá thác lác; trong chương trình liên kết này, du khách còn được tham quan các nhà vườn trồng ổi, nhãn hay vú sữa và ghé xem màn trình diễn “cá lóc bay”, “cá bú bình”, “Cá Trê Gà” do nông dân sông Hậu huấn luyện; trải nghiệm làm bánh dân gian tại nhà dân, cùng nhau thưởng thức bữa cơm gia đình “Mỗi nhà một món ngon với “thực đơn bay” đặc trưng chỉ có ở Cồn Sơn” và uống nước mát đặc trưng từ lá Sa Kê, hoa Đậu Biết. Du khách được tham quan Chợ nổi, làng nghề làm hú tiếu truyền thống, tham quan Làng du lịch Mỹ Khánh, Ông Đề, tham quan vườn trái cây Chín Hồng, khu nghỉ dưỡng Vàm Xáng,... Du khách được đưa đến CBT tại cù lao Tân Lộc (Thốt Nốt - Cần Thơ) để tham quan vườn dừa Tân Lộc, vườn mận ông Sáu Tia, vườn ổi lê cô Chín Điệp, “Tắm cồn tại Cù Lao” và thưởng thức các món ẩm thực, trải nghiệm câu cá tại vườn.

Ở Cà Mau, các doanh nghiệp du lịch đã liên kết thực hiện tour trải nghiệm tản bộ ngắm hệ sinh thái rừng tràm, nghe nông dân kể chuyện về bác Ba Phi, cùng nông dân trải nghiệm ca nô, vò lãi đến biển Đông cùng người dân cào ghê ngoài bãi biển, đi xuồng ba lá len lõi sâu vào trong Rừng tràm U Minh hạ, tìm hiểu nghề gác kèo ong và cùng người dân đi lấy mật (ăn ong) ngay trong rừng, thưởng thức ẩm thực từ hệ sinh thái ngập nước đặc trưng gói ong non, rượu ong tràm tinh khiết, cá đồng do nông dân chế biến; tại Đất Mũi,

du khách được dùng bữa cơm trưa tại khu CBT Hoàng Hôn cùng với những món ăn đặc sản của địa phương như: cá thòi lòi, vọp,...

Kết quả khảo sát 50 hộ nông dân đã hoặc đang làm CBT đánh giá về mức độ thường xuyên hợp tác, liên kết giữa hộ nông dân với doanh nghiệp du lịch cho thấy có 06/41 phiếu (14,6%) đánh giá không hợp tác, liên kết; 14/41 phiếu (34,2%) đánh giá thỉnh thoảng hợp tác, liên kết; 15/41 phiếu (36,6%) đánh giá thường xuyên liên kết, hợp tác; 06/41 phiếu (14,6%) đánh giá rất thường xuyên. Về hiệu quả của hoạt động liên kết này thì có 05/42 phiếu (11,9%) đánh giá không hiệu quả; 11/42 phiếu (26,2%) đánh giá ít hiệu quả; 21/42 phiếu (50%) đánh giá hiệu quả; 05/42 phiếu (11,9%) đánh giá rất hiệu quả.

Cũng cùng vấn đề khảo sát trên, khi khảo sát 25 doanh nghiệp du lịch đánh giá mức độ thường xuyên hợp tác, liên kết giữa doanh nghiệp du lịch với hộ nông dân thì có 01/24 phiếu (4,2%) đánh giá không hợp tác, liên kết; 13/24 phiếu (54,2%) đánh giá thỉnh thoảng hợp tác, liên kết; 09/24 phiếu (37,5%) đánh giá thường xuyên hợp tác, liên kết; 01/24 phiếu (4,2%) đánh giá rất thường xuyên. Đồng thời có 09/24 phiếu (37,5%) đánh giá mức độ ít hiệu quả; 15/24 phiếu (62,5%) đánh giá mức độ ít hiệu quả.

Bốn là, liên kết giữa chính quyền địa phương với doanh nghiệp du lịch và hộ nông dân

Cùng với ba nội dung liên kết như nêu trên, ở ĐBSCL thời gian qua còn diễn ra liên kết giữa hộ nông dân với doanh nghiệp du lịch và có sự tham gia của chính quyền địa phương. Chính quyền địa phương tham gia vào liên kết để quản lý, kết nối, điều tiết, định hướng phát triển, hình thành liên kết ba nhà (nhà nước - nhà doanh nghiệp - nhà nông).

Chính quyền địa phương các tỉnh, thành vùng ĐBSCL đã có những định hướng để liên kết phát triển CBT điển hình như:

Chính quyền tỉnh Đồng Tháp đã tạo điều kiện và khuyến khích các tổ

chức, cá nhân tham gia làm CBT, xây dựng Hội quán làm du lịch để tìm những giải pháp và hướng dẫn bà con khai thác thế mạnh để phát triển làng hoa với CBT, khuyến khích người dân xóa hàng rào để mở rộng làng hoa làm CBT, nhiều hộ dân làng hoa được khuyến khích, tạo điều kiện với nhiều chính sách đầu tư, hỗ trợ và kết nối quảng bá, xúc tiến du lịch.

Chính quyền tỉnh Hậu Giang xây dựng Đề án phát triển CBT và đặt ra mục tiêu đến năm 2025, định hướng đến năm 2030, Hậu Giang sẽ trở thành điểm đến mới về CBT trong khu vực ĐBSCL. Chính quyền địa phương liên kết với doanh nghiệp và hộ nông dân để phát triển CBT, theo đó phân thành 4 cụm với 04 nhóm sản phẩm gắn với nông nghiệp được triển khai tại các khu vực trồng khóm Cầu Đúc, chợ nông sản, cơ sở nuôi ba ba, trang trại nuôi dê, homestay Mương Đình, làng bè, các hộ trồng mít, chanh không hạt, bưởi Năm Roi; nhóm sản phẩm trồng trà, làng nghề đan cần xé, làng nghề bó chổi, vót đũa; nhóm sản phẩm kết hợp tham quan di tích lịch sử; nhóm sản phẩm CBT gắn với sinh thái, cảnh quan thiên nhiên Lung Ngọc Hoàng, tàu du lịch trên kênh xáng Xà No; nhóm sản phẩm gắn với ẩm thực, sản phẩm OCOP là những cơ sở trồng, chế biến măng cầu xiêm, trồng quýt đường.

Chính quyền tỉnh Kiên Giang đã xây dựng Đề án “Phát triển CBT trên địa bàn tỉnh Kiên Giang giai đoạn 2021 - 2025, định hướng đến năm 2030”, trong đó xác định mục tiêu nhằm xây dựng, định hướng và đề xuất giải pháp phát triển CBT trên địa bàn tỉnh Kiên Giang, tạo căn cứ pháp lý để lập kế hoạch, xây dựng cơ chế chính sách thu hút đầu tư, khuyến khích, liên kết với các chủ thể có liên quan, xây dựng cơ chế phối hợp các bên tham gia trong CBT, góp phần phát triển du lịch bền vững.

Chính quyền tỉnh Tiền Giang đã có sự hỗ trợ doanh nghiệp du lịch và hộ nông dân trong việc định hướng thị trường, giúp các hộ dân có nguồn

khách ổn định, đồng thời tổ chức nhiều lớp tập huấn cho nông dân về chuyên môn, kỹ năng giúp nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch.

Chính quyền tỉnh Cà Mau xác định sản phẩm thế mạnh tập trung phát triển: du lịch sinh thái, CBT, du lịch biển đảo... gắn với phát triển du lịch nông thôn qua chương trình “Mỗi xã một sản phẩm”, theo đó tại 14 điểm CBT của tỉnh Cà Mau, các hộ nông dân đang được hỗ trợ nhiều về chính sách, nguồn vốn và tiếp cận lãi hành.

Chính quyền thành phố Cần Thơ đã liên kết cùng với Tập đoàn Vietravel ký kết hợp tác chiến lược phát triển du lịch. Trên tinh thần hợp tác hai bên mong muốn trở thành đối tác tin cậy, chiến lược, hướng tới mục tiêu phát triển toàn diện và bền vững nhằm đẩy mạnh xúc tiến đầu tư mới và “phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn của Cần Thơ”. Theo đó, Tập đoàn Vietravel sẽ phối hợp cùng với các cơ quan chức năng thành phố Cần Thơ xây dựng chiến lược và kế hoạch phát triển du lịch nhằm nghiên cứu phát huy các tiềm năng, lợi thế để phát triển du lịch. Đồng thời, Tập đoàn giữ vai trò chủ đạo trong tư vấn về hoạt động xây dựng sản phẩm, dịch vụ đặc thù mang đậm bản sắc sông nước, hướng đến mục tiêu trung tâm kết nối du lịch của vùng ĐBSCL. Tập đoàn Vietravel ký cam kết hỗ trợ cho Cần Thơ trong công tác quảng bá, xúc tiến, tiếp thị du lịch thông qua mạng lưới truyền thông, các đường bay trong nước, quốc tế và đối tác; hợp tác với các hãng lữ hành hàng đầu thế giới để giới thiệu, đưa du khách đến với Cần Thơ và vùng ĐBSCL; hợp tác với Cần Thơ trong việc đào tạo nhân lực cho du lịch; phối hợp với nhà đầu tư trong nước và quốc tế nghiên cứu các dự án đầu tư trong lĩnh vực du lịch mà Cần Thơ mời gọi đầu tư [35, tr.35].

Chính quyền tỉnh Đồng Tháp, Long An, Tiền Giang đã thực hiện hỗ trợ doanh nghiệp vừa và nhỏ, trong đó có doanh nghiệp du lịch. Do việc liên kết giữa các doanh nghiệp lữ hành với các điểm đến CBT còn yếu, khách tham quan trải nghiệm các địa điểm du lịch chủ yếu tự phát, quy mô các điểm nhỏ,

sản phẩm CBT còn đơn giản,... nên Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch các tỉnh này cũng đã triển khai nhiều chương trình, kế hoạch trọng tâm để thúc đẩy CBT phát triển dựa vào các sản phẩm du lịch sinh thái, nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao, nông nghiệp hữu cơ và hoạt động trải nghiệm.

Kết quả khảo sát 50 hộ nông dân đã hoặc đang làm CBT cho thấy 01/42 phiếu (2,4%) đánh giá nhà nước rất thường xuyên; 12/42 phiếu (28%) thường xuyên; 24/42 phiếu (57,1%) thỉnh thoảng quan tâm trong việc làm cầu nối với các doanh nghiệp du lịch với hộ nông dân để ký kết và thực hiện các hợp đồng hợp tác, liên kết phát triển CBT ở vùng ĐBSCL; Có 02/43 phiếu (4,7%) đánh giá nhà nước rất hỗ trợ và phát huy vai trò; 17/43 phiếu (39,5%) đánh giá nhà nước hỗ trợ và phát huy vai trò trong quá trình liên kết kinh tế giữa các chủ thể để phát triển CBT ở vùng ĐBSCL.

Bên cạnh đó, với sự quản lý của nhà nước, liên kết giữa doanh nghiệp du lịch và hộ nông dân còn diễn ra dưới hình thức liên kết gián tiếp thông qua đơn vị trung gian như: hợp tác xã và các tổ dịch vụ (hướng dẫn, lưu trú, ẩm thực, mua sắm, nhà vườn, văn nghệ...) thông qua Ban Quản lý CBT. Trong liên kết này, đơn vị trung gian sẽ làm cầu nối hoặc đại diện các hộ nông dân đàm phán, ký kết hợp đồng với doanh nghiệp du lịch và đảm bảo trước doanh nghiệp du lịch theo các điều khoản đã ký kết. Đơn vị trung gian thực hiện việc hướng dẫn, đôn đốc, kiểm tra, giám sát các hộ nông dân thực hiện theo đúng hợp đồng đã ký kết. Ở những địa phương có mô hình CBT phát triển thành công ở vùng ĐBSCL thông thường diễn ra xu hướng kết này vì tăng hiệu quả hợp tác, giảm thiểu rủi ro và tăng lợi nhuận vì có đơn vị trung gian đảm bảo việc thực hiện các điều khoản đã ký kết giữa các chủ thể trong chuỗi liên kết.

Qua khảo sát 50 hộ nông dân đã hoặc đang làm CBT, có 04/42 phiếu (9,5%) đánh giá mức độ rất hiệu quả và 29/42 phiếu (69,1%) đánh giá mức độ hiệu quả của việc Ban Quản lý CBT đã phối hợp với các chủ thể xây dựng cơ chế ràng buộc để đảm bảo các chủ thể thực hiện được quyền và nghĩa vụ của mình trong liên kết kinh tế.

Thời gian qua, doanh nghiệp du lịch cũng đồng hành và liên kết hợp tác phát triển du lịch nói chung và CBT nói riêng. Saigontourist Group đã phối hợp hỗ trợ hàng chục hội nghị, sự kiện, tổ chức tập huấn đào tạo, khai thác sản phẩm mới, tăng cường công tác quảng bá tiếp thị, hỗ trợ cho các tỉnh, thành vùng ĐBSCL và thu hút hàng trăm nghìn lượng khách đến ĐBSCL.

Nhìn chung, các hoạt động liên kết như trên diễn ra khá phổ biến ở vùng ĐBSCL, các chủ thể tham gia liên kết đã thực hiện theo sự phân công lao động xã hội, đảm bảo từng khâu từ xây dựng sản phẩm CBT (sản xuất), đến khâu hợp tác cung cấp sản phẩm CBT (phân phối), đến khâu (trao đổi) sản phẩm CBT với các chủ thể có liên quan,... cho đến khâu khách hàng sử dụng sản phẩm CBT (tiêu dùng).

3.3. ĐÁNH GIÁ CHUNG VỀ TÌNH HÌNH LIÊN KẾT KINH TẾ TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỘNG ĐỒNG Ở VÙNG ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG GIAI ĐOẠN 2019 - 2023

3.3.1. Kết quả đạt được và nguyên nhân của kết quả đạt được

3.3.1.1. Kết quả đạt được

Một là, về thời gian, độ bền vững và quy mô liên kết kinh tế trong phát triển CBT ở vùng ĐBSCL

(1) *Về thời gian liên kết:* Các chủ thể tham gia liên kết kinh tế ở vùng ĐBSCL đã thường xuyên hợp tác, liên kết với nhau thực hiện có hiệu quả các nội dung liên kết; chính quyền các địa phương đã phát huy vai trò trong việc hỗ trợ, định hướng, quản lý góp phần thúc đẩy liên kết giữa các chủ thể. Việc liên kết của các chủ thể trong một địa phương bước đầu diễn ra với chu kỳ hợp tác, liên kết tương đối dài, ổn định, không thường xuyên bị đứt quãng.

Kết quả khảo sát 50 hộ nông dân đã hoặc đang làm CBT và 25 doanh nghiệp về chu kỳ hợp tác, liên kết giữa các chủ thể cho thấy, đa phần các chủ thể đều đánh giá diễn ra dài, ổn định, không bị đứt quãng (*Xem Bảng 3.8*).

Bảng 3.8. Đánh giá của các chủ thể về chu kỳ hợp tác, liên kết*Đơn vị: số phiếu, lượt trả lời phiếu, %*

S T T	Chu kỳ hợp tác, liên kết (nhiều sự lựa chọn)	Đánh giá của hộ nông dân				Đánh giá của doanh nghiệp du lịch			
		về sự liên kết giữa các hộ nông dân với nhau		về sự liên kết giữa các hộ nông dân với doanh nghiệp du lịch		về sự liên kết giữa các doanh nghiệp du lịch với nhau		về sự liên kết giữa doanh nghiệp du lịch với hộ nông dân	
		Phiếu trả lời	%	Phiếu trả lời	%	Phiếu trả lời	%	Phiếu trả lời	%
1	Chu kỳ hợp tác, liên kết dài	17/42	40,5	17/43	40,5	08/24	33,3	07/24	29,2
2	Chu kỳ hợp tác, liên kết ngắn	10/42	23,8	09/43	21,4	01/24	4,2	03/24	12,5
3	Chu kỳ hợp tác, liên kết thường xuyên bị đứt quãng, không ổn định	09/42	21,4	08/43	19,0	04/24	16,7	05/24	20,8
4	Chu kỳ hợp tác, liên kết ổn định, không bị đứt quãng	13/42	31,0	12/43	28,6	07/24	29,2	05/24	20,8
5	Chu kỳ hợp tác, liên kết không ổn định mà phụ thuộc vào tính chất, yêu cầu của quá trình hợp tác liên quan tính đặc thù của CBT.	09/42	21,4	07/43	16,7	09/24	37,5	12/24	50,0
6	Khác	23/42	54,8	02/43	4,8	0	0	0	0

Nguồn: Khảo sát của tác giả luận án.

Kết quả khảo sát 50 hộ nông dân đã hoặc đang làm CBT đánh giá về cơ chế hỗ trợ và phát huy vai trò của nhà nước trong quá trình liên kết kinh tế giữa các chủ thể thì có 17/43 phiếu (39,5%) đánh giá là nhà nước có hỗ trợ và cơ bản phát huy vai trò; 21/42 phiếu (50%) đánh giá là thỉnh thoảng; 16/42 phiếu (38,1%) đánh giá thường xuyên được nhà nước hỗ trợ làm CBT.

Kết quả khảo sát 50 hộ nông dân đã hoặc đang làm CBT về việc nhà nước hỗ trợ làm cầu nối với các doanh nghiệp du lịch để ký kết và thực hiện các hợp đồng hợp tác, kinh tế thì có 24/42 phiếu (57,1%) đánh giá là thỉnh thoảng; 12/42 phiếu (28,6%) đánh giá là thường xuyên được nhà nước hỗ trợ làm cầu nối với các doanh nghiệp du lịch để ký kết và thực hiện các hợp đồng hợp tác, kinh tế.

Kết quả khảo sát ý kiến cho thấy, khi xảy ra tranh chấp trong việc thực hiện các hợp đồng giữa các chủ thể thì có 29/42 phiếu (69,1%) hộ nông dân đánh giá là nhà nước sẽ đứng ra hòa giải và 08/42 phiếu (19%) đánh giá là

nhà nước rất quan tâm và đứng ra xử lý. Về mức độ hiệu quả hỗ trợ của nhà nước đối với hộ nông dân thì có 25/42 phiếu (59,5%) đánh giá hiệu quả; 13/42 phiếu (31%) đánh giá ít hiệu quả.

(2) *Về độ bền vững của liên kết:*

i) *Mức độ bền vững:* Liên kết kinh tế của các chủ thể diễn ra tương đối bền vững. Chính quyền các tỉnh, thành ở vùng ĐBSCL và các doanh nghiệp du lịch, các chủ thể có liên quan đã tăng cường nhiều hoạt động hợp tác, liên kết góp phần phát triển du lịch của vùng nói chung và CBT nói riêng. Đối với các chủ thể liên kết trong một địa phương thì tỷ lệ phá vỡ hợp đồng, rời khỏi liên kết, xung đột không cao và xu hướng giải quyết xung đột theo nguyên tắc tự nguyện, tự thỏa thuận, tự đàm phán.

Kết quả khảo sát 50 hộ nông dân đã hoặc đang làm CBT, có 13/43 phiếu (31%) đánh giá ổn định, không phá vỡ hợp đồng *giữa các hộ nông dân với nhau* và 16/41 phiếu (39%) đánh giá ổn định, không phá vỡ hợp đồng *giữa hộ nông dân với doanh nghiệp du lịch*. Khảo sát 25 doanh nghiệp du lịch về tỷ lệ phá vỡ hợp đồng *giữa các doanh nghiệp du lịch với nhau* thì có 02/24 phiếu (8,3%) đánh giá rất ổn định, không phá vỡ hợp đồng; 10/24 phiếu (41,7%) đánh giá ổn định, không phá vỡ hợp đồng. Qua đó cho thấy ý thức trách nhiệm, nghĩa vụ, quyền lợi của các chủ thể tham gia đã được phát huy. Về mức độ tăng trưởng của liên kết kinh tế có xu hướng tăng, các chủ thể có xu hướng tăng cường hợp tác, liên kết với nhau để phát triển CBT.

ii) *Tỷ lệ xung đột giữa các chủ thể tham gia liên kết:* Kết quả khảo sát 50 hộ nông dân đã hoặc đang làm CBT đánh giá về tỷ lệ xung đột giữa các chủ thể tham gia liên kết kinh tế và việc thực hiện các nguyên tắc giải quyết xung đột, tranh chấp giữa các chủ thể cho thấy: có 29/42 phiếu (69%) đánh giá các chủ thể thực hiện theo nguyên tắc tự nguyện, tự đàm phán giải quyết và 24/43 phiếu (55,8%) đánh giá rằng các bên cùng chia sẻ rủi ro. Điều này cho thấy, các chủ thể tự ý thức được trách nhiệm, nghĩa vụ, quyền lợi của

mình khi tham gia hợp tác, liên kết với nhau và chỉ nhờ vào sự hỗ trợ của chính quyền địa phương, các bên trung gian khi cần thiết và rất ít khi dẫn đến việc phải khởi kiện ra tòa.

iii) Mức độ tăng trưởng của liên kết giữa các chủ thể

Các chủ thể hộ nông dân, doanh nghiệp du lịch có xu hướng tham gia hợp tác, liên kết với nhau để phát triển CBT. Cụ thể, khi thực hiện khảo sát 59 hộ nông dân chưa làm CBT về dự định làm CBT trong tương lai thì có 04/59 phiếu (6,8%) trả lời chắc chắn sẽ tham gia; 36/59 phiếu (61%) trả lời sẽ tham gia. Khi hỏi về mức độ sẵn sàng hợp tác, liên kết với hộ nông dân khác nếu như có làm CBT trong tương lai thì có 10/59 phiếu (17%) trả lời rất sẵn sàng; 33/59 phiếu (55,9%) trả lời sẵn sàng. Khi hỏi hộ nông dân về mức độ sẵn sàng hợp tác, liên kết với doanh nghiệp du lịch thì có 10/58 phiếu (17,2%) trả lời rất sẵn sàng; 34/58 phiếu (58,6%) trả lời sẵn sàng.

(3) Quy mô, mức độ liên kết

Quy mô, mức độ liên kết kinh tế giữa các chủ thể có xu hướng tăng góp phần mở rộng khả năng thu hút khách du lịch, đa dạng hóa và nâng cao chất lượng sản phẩm CBT, nâng cao sức cạnh tranh, giảm chi phí, tăng lợi nhuận. Chính quyền địa phương các tỉnh, thành vùng ĐBSCL đã mở rộng quy mô hợp tác, liên kết giữa các địa phương với nhau hình thành 2 cụm liên kết, hợp tác phát triển CBT phía Đông và phía Tây, đồng thời mở rộng quy mô hợp tác với các doanh nghiệp du lịch và các chủ thể liên quan; liên kết giữa các tỉnh, thành vùng ĐBSCL với các tỉnh, thành và các vùng khác trên cả nước. Các chủ thể tham gia liên kết trong một địa phương cũng có điều kiện phát huy thế mạnh của nhau, gia tăng sức mạnh tổng hợp, sử dụng hiệu quả các nguồn lực điều đó giúp cho CBT phát triển bền vững.

Kết quả khảo sát 50 hộ nông dân đã hoặc đang làm CBT và 25 doanh nghiệp du lịch cho thấy đa số các chủ thể này đánh giá về quy mô, mức độ hợp tác, liên kết và quy mô giá trị hợp đồng giữa các chủ thể đều có tăng so với trước (*Xem Bảng 3.9*).

Bảng 3.9. Đánh giá của các chủ thể về quy mô hợp tác, liên kết và quy mô tổng giá trị hợp đồng hợp tác, liên kết giữa các chủ thể

Đơn vị: số phiếu, lượt trả lời phiếu, %

S T T	Tiêu chí đánh giá	Đánh giá của hộ nông dân				Đánh giá của doanh nghiệp du lịch			
		về sự liên kết giữa các hộ nông dân với nhau		về sự liên kết giữa các hộ nông dân với doanh nghiệp du lịch		về sự liên kết giữa các doanh nghiệp du lịch với nhau		về sự liên kết giữa doanh nghiệp du lịch với hộ nông dân	
		Phiếu trả lời	%	Phiếu trả lời	%	Phiếu trả lời	%	Phiếu trả lời	%
1	Quy mô hợp tác, liên kết								
-	<i>Có tăng so với trước</i>	29/42	69	28/42	66,7	14/22	63,6	17/23	73,9
-	<i>Không tăng so với trước</i>	13/42	31	14/42	33,3	08/22	36,4	06/23	26,1
2	Quy mô tổng giá trị hợp đồng								
-	<i>Có tăng so với trước</i>	29/42	69	31/42	73,8	13/20	65,0	15/20	75,0
-	<i>Không tăng so với trước</i>	13/42	31	11/42	26,2	07/20	35,0	05/20	25,0

Nguồn: Khảo sát của tác giả luận án.

Đồng thời, khi khảo sát hộ nông dân đã hoặc đang làm CBT đánh giá về sự quan tâm của các đơn vị trung gian như: Ban Quản lý CBT, các hội, đoàn thể... khi hợp tác, liên kết phát triển CBT thì có 31/42 phiếu (73,8%) đánh giá là sự quan tâm có tăng so với trước.

Hai là, hiệu quả của liên kết kinh tế trong phát triển CBT ở vùng ĐBSCL

(1) Về mặt kinh tế

i) Nhờ hoạt động hợp tác, liên kết nên CBT ở vùng ĐBSCL có bước phát triển và đã có những thay đổi tích cực, đóng góp vào nguồn thu chung cho quỹ cộng đồng cũng như ngân sách địa phương, góp phần thực hiện giảm nghèo ở các tỉnh, thành vùng ĐBSCL, đặc biệt là tại các địa bàn khó khăn. Doanh nghiệp du lịch trong vùng ĐBSCL cũng có cơ hội tìm kiếm doanh thu từ CBT thông qua các hoạt động liên kết.

ii) Chính quyền địa phương các tỉnh, thành ở vùng ĐBSCL và doanh nghiệp du lịch đã có sự hỗ trợ, đầu tư cho hộ nông dân trong quá trình hợp tác, liên kết về tài chính, đầu tư cơ sở vật chất, phát triển hạ tầng,...

Khi khảo sát 50 hộ nông dân đã hoặc đang làm CBT về mức độ hỗ trợ

của nhà nước, doanh nghiệp du lịch về vốn, đầu tư cơ sở cơ sở vật chất, hạ tầng phát triển CBT so với trước khi hợp tác, liên kết thì có 09/42 phiếu (21,4%) trả lời có hỗ trợ cao hơn so với trước; có 21/41 phiếu (51,2%) trả lời hoàn thành nghĩa vụ trả nợ đầu tư do nhà nước, doanh nghiệp du lịch hỗ trợ vốn, đầu tư cơ sở vật chất, hạ tầng cho hộ nông dân phát triển CBT.

iii) Du khách đến với CBT ở vùng ĐBSCL đánh giá cao về chất lượng hàng hóa dịch vụ và giá cả hợp lý so với trước khi chưa hợp tác, liên kết.

Khảo sát 210 du khách về mức độ hài lòng đối với các điểm CBT ở vùng ĐBSCL thì có 49/202 phiếu (24,3%) đánh giá rất hài lòng; 116/202 phiếu (57,4%) đánh giá hài lòng; chỉ có 23/202 phiếu (11,4%) đánh giá bình thường; 01/202 phiếu (0,5%) đánh giá không hài lòng; 13/202 phiếu (6,4%) đánh giá rất không hài lòng.

Khi hỏi du khách về sự hấp dẫn của CBT ở vùng ĐBSCL thì có 113/203 phiếu (55,7%) đánh giá các món ăn đặc sản hấp dẫn; 120/203 phiếu (59,1%) đánh giá sự mến khách của người dân và có đến 146/203 phiếu (71,9%) du khách lựa chọn tham quan di tích lịch sử - văn hóa, làng nghề; 114/203 phiếu (70,9%) du khách cho rằng hoạt động chủ yếu của du khách đến với CBT ở vùng ĐBSCL là thưởng thức các món ăn đặc sản địa phương; 84/203 phiếu (40,4%) mua đặc sản, quà lưu niệm sản xuất tại địa phương. Đặc biệt, khi hỏi về nhận định của du khách về chất lượng sản phẩm và dịch vụ tại các điểm CBT ở vùng ĐBSCL thì đa phần (chiếm trên 50%) đánh giá đồng ý và rất đồng ý khi nhận định về sản phẩm và dịch vụ du lịch đa dạng, hấp dẫn, có nhiều điểm tham quan hấp dẫn, nơi đón tiếp khách rộng rãi, thoáng mát, các món ăn có tính độc đáo, hấp dẫn với du khách, dịch vụ ăn uống đảm bảo an toàn vệ sinh, dịch vụ homestay có chất lượng tốt...

Khi hỏi nhận định của du khách về giá cả hàng hóa, dịch vụ tại các điểm CBT ở vùng ĐBSCL thì trên 60% du khách lựa chọn đồng ý và rất đồng ý khi nhận định giá cả lưu trú nhà dân, giá cả ăn uống, mua sắm, dịch vụ tham quan hợp ý. Đồng thời, khi hỏi về sự dự định của du khách sẽ quay trở lại thì có 63/203 phiếu (31%) trả lời chắc chắn có; 104/203 phiếu (51,2%) trả lời sẽ

có quay trở lại; hỏi về sự dự định của du khách sẽ giới thiệu điểm CBT ở vùng ĐBSCL đến với người thân, bạn bè thì có 67/198 phiếu (33,8%) trả lời chắc chắn có; 113/198 phiếu (57,1%) trả lời sẽ có giới thiệu.

iv) Thu nhập, lợi nhuận của hộ nông dân và doanh nghiệp du lịch khi tham gia hợp tác, liên kết đã được cải thiện nhiều hơn so với trước. Một bộ phận người dân đã đổi đời từ việc chuyển đổi cơ cấu kinh tế từ sản xuất nông nghiệp thuần nông như trước đây sang sản xuất nông nghiệp đồng thời phục vụ phát triển CBT.

Qua khảo sát cho thấy thu nhập, lợi nhuận của hộ nông dân và doanh nghiệp du lịch luôn tăng so với trước khi tham gia liên kết, cụ thể: có 15/41 phiếu (36,6%) đánh giá tăng hơn so với trước. 08/23 phiếu (34,8%) doanh nghiệp du lịch đánh giá tăng hơn so với trước.

v) Liên kết kinh tế trong phát triển CBT ở vùng ĐBSCL thời gian qua đã thúc đẩy ứng dụng công nghệ vào hoạt động phát triển du lịch nói chung và CBT nói riêng. Dưới sự tác động của Cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư và chủ trương chuyển đổi số hiện nay, thời gian qua chính quyền địa phương và doanh nghiệp du lịch các tỉnh, thành vùng ĐBSCL cũng đã nỗ lực hỗ trợ cho hộ nông dân trong việc chuyển giao công nghệ, chuyển đổi số trong phát triển CBT.

Khi hỏi 50 hộ nông dân đã hoặc đang làm CBT đánh giá về mức độ hỗ trợ của nhà nước, doanh nghiệp du lịch trong ứng dụng, chuyển giao công nghệ, chuyển đổi số thì có 15/40 phiếu (37,5%) đánh giá hỗ trợ hơn so với trước; có 12/41 phiếu (29,3%) đánh giá ứng dụng nhiều hơn so với trước.

Doanh nghiệp du lịch cũng đã đầu tư vào việc ứng dụng, chuyển giao công nghệ, chuyển đổi số. Khảo sát 25 doanh nghiệp du lịch cho thấy có 10/23 phiếu (43,5%) cho rằng đã ứng dụng nhiều hơn so với trước; 05/23 phiếu (21,7%) đang nghiên cứu ứng dụng.

vi) Liên kết kinh tế trong phát triển CBT ở vùng ĐBSCL đã thúc đẩy quá trình đầu tư, phát triển hạ tầng du lịch và hạ tầng giao thông so với trước đây.

Khi khảo sát 210 du khách nhận định về kết cấu hạ tầng phục vụ phát triển CBT ở vùng ĐBSCL thì đa số (chiếm trên 60%) đều trả lời đồng ý và rất đồng ý với nhận định kết cấu hạ tầng tốt. Cụ thể: 23,9% rất đồng ý, 42,3% đồng ý với nhận định “*đường sá đến điểm du lịch thuận tiện*”; 18,3% rất đồng ý; 36,1% đồng ý với nhận định *nhà vệ sinh công cộng đảm bảo phục vụ du lịch tốt*; 28,2% rất đồng ý; 47,5% đồng ý với nhận định “*hệ thống cung cấp điện đảm bảo phục vụ du lịch tốt*”; 27,2% rất đồng ý; 48% đồng ý với nhận định “*hệ thống cung cấp nước đảm bảo phục vụ du lịch tốt*”; 31,7% rất đồng ý; 44,6% đồng ý với nhận định “*hệ thống thông tin liên lạc đảm bảo phục vụ du lịch tốt*”; 22,5% rất đồng ý; 48,5% đồng ý với nhận định 6 “*phương tiện giao thông có chất lượng tốt*” (Xem Phụ lục 5.2). Đồng thời, thực hiện khảo sát về mức độ tham gia của hộ nông dân cùng với cộng đồng, doanh nghiệp du lịch và nhà nước (chủ trương nhà nước và nhân dân cùng làm) để phát triển hạ tầng giao thông, hạ tầng phục vụ phát triển CBT ở vùng ĐBSCL thì có 12/42 phiếu (28,6%) hộ nông dân trả lời thường xuyên.

(2) Về mặt văn hóa, xã hội

i) Thông qua liên kết kinh tế đã góp phần khơi dậy được niềm tự hào của người dân trong cộng đồng về bản sắc văn hóa dân tộc, đặc biệt là thế hệ trẻ thấy được vai trò, trách nhiệm của mình đối với gìn giữ giá trị văn hóa, truyền thống. Nâng cao trình độ kiến thức văn hóa của cộng đồng dân cư để hội nhập với thế giới bên ngoài, đồng thời góp phần nâng cao nhận thức của các thành viên trong cộng đồng, tạo nên một kết cấu xã hội gắn kết chặt chẽ.

ii) Liên kết kinh tế đã giải quyết được công ăn việc làm, tăng thêm thu nhập cho người dân nhờ vào việc bán các sản phẩm, dịch vụ du lịch cho du khách, mang lại lợi ích kinh tế cho các thành viên cộng đồng góp phần nâng cao đời sống dân cư, giảm nghèo, giảm khoảng cách nông thôn - thành thị. Điển hình như: từ khi triển khai Đề án CBT ở Tiên Hải - Kiên Giang đã thu hút 277.219 lượt khách. Tăng thu nhập cho người dân, góp phần xóa đói giảm

nghèo, tỷ lệ hộ nghèo giảm so với trước khi thực hiện đề án từ 10% xuống còn 1,51% [138]. Thực hiện khảo sát 50 hộ nông dân đã hoặc đang làm CBT đánh giá về mức độ giải quyết việc làm khi hợp tác, liên kết thì có 04/40 phiếu (10%) đánh giá được giải quyết việc làm rất hiệu quả; 14/40 phiếu (35%) đánh giá được giải quyết việc làm. Mặt khác, việc liên kết kinh tế này còn giải quyết việc làm cho người dân ở địa phương chưa làm CBT. Khảo sát 60 hộ nông dân chưa làm CBT đang sống trong cộng đồng có 05/56 phiếu (8,9%) cho rằng được giải quyết việc làm rất hiệu quả; 18/59 phiếu (32,1%) cho rằng được giải quyết việc làm.

iii) Liên kết kinh tế giúp hộ nông dân tăng khả năng tiếp cận nguồn vốn để tham gia có hiệu quả vào hoạt động liên kết kinh tế để phát triển CBT ở vùng ĐBSCL so với trước khi chưa liên kết. Khi khảo sát 50 hộ nông dân về mức độ hộ nông dân tiếp cận nguồn vốn nhờ vào việc hợp tác, liên kết trong phát triển CBT ở vùng ĐBSCL thì có 10/41 phiếu (24,4%) cho rằng thường xuyên.

(3) Về môi trường

i) Thông qua hoạt động liên kết kinh tế phát triển CBT, một số hộ nông dân đã được đào tạo, bồi dưỡng, tập huấn nghiệp vụ liên quan đến loại hình kinh doanh dịch vụ du lịch và trực tiếp tham gia vào quá trình bảo vệ, giữ gìn, tôn tạo cảnh quan thiên nhiên môi trường sinh thái để đảm bảo phát triển du lịch bền vững của vùng ĐBSCL.

Kết quả khảo sát 50 hộ nông dân đã hoặc đang làm CBT, 60 hộ nông dân chưa làm CBT và 25 doanh nghiệp du lịch: Có 19/42 phiếu (45,2%) hộ nông dân đã và đang làm CBT cho rằng đã được tham gia lớp bồi dưỡng, tập huấn ngắn hạn về CBT do nhà nước, các tổ chức chính trị - xã hội, các cơ sở đào tạo hoặc doanh nghiệp du lịch tổ chức từ 2 lần trở lên; 10/42 phiếu (23,8%) cho rằng đã tham gia được 01 lần và 07/42 phiếu (16,7%) thực hiện việc tự đào tạo thông qua sự hỗ trợ của doanh nghiệp du lịch qua diễn đàn,

tọa đàm, trao đổi, hợp tác giữa các bên. Từ đó cộng đồng đã nhận thức được trách nhiệm và có ý thức bảo vệ, bảo tồn các giá trị tài nguyên thiên nhiên và văn hóa bản địa, nâng cao ý thức trách nhiệm bảo vệ, cải tạo môi trường nông thôn... Đánh giá về nhận thức của người dân trong quá trình bảo vệ, giữ gìn, tôn tạo cảnh quan thiên nhiên, văn hóa, cải tạo môi trường phát triển CBT ở vùng ĐBSCL có 08/41 phiếu (19,5%) hộ nông dân đã hoặc đang làm CBT đánh giá rất có ý thức; 17/41 phiếu (41,5%) đánh giá có ý thức và 23/59 phiếu (39%) hộ nông dân chưa làm CBT đánh giá rất có ý thức; 02/23 phiếu (8,7%) doanh nghiệp du lịch đánh giá rất có ý thức; 10/23 phiếu (43,5%) đánh giá có ý thức.

Khảo sát 210 du khách khi đến với các điểm CBT ở vùng ĐBSCL đánh giá về ý thức của người dân trong cộng đồng về bảo vệ, giữ gìn, tôn tạo, cảnh quan thiên nhiên, văn hóa, môi trường thì có 38/202 phiếu (18,8%) du khách đánh giá rất có ý thức; 99/202 phiếu (49%) đánh giá có ý thức.

ii) Liên kết kinh tế góp phần nâng cao mức độ hiệu quả và cải thiện về các vấn đề môi trường hơn rất nhiều so với trước khi có liên kết. Qua khảo sát 50 hộ nông dân đã hoặc đang làm CBT, 60 hộ nông dân chưa làm CBT, 25 doanh nghiệp du lịch và 210 du khách đến với CBT trong vùng: Có 06/41 phiếu (14,6%) hộ nông dân đã hoặc đang làm CBT đánh giá rất hiệu quả; 18/41 phiếu (43,9%) đánh giá hiệu quả; 05/59 phiếu (8,5%) hộ nông dân chưa làm CBT đánh giá rất hiệu quả; 18/59 phiếu (30,5%) đánh giá hiệu quả; 10/23 phiếu (43,5%) doanh nghiệp du lịch đánh giá hiệu quả. Đồng thời có 60/200 phiếu (30%) du khách rất đồng ý và 83/200 (41,5%) du khách đồng ý với nhận định môi trường ở các nơi làm CBT ở vùng ĐBSCL trong lành và chưa bị ô nhiễm; 134/203 phiếu (66%) du khách đánh giá sự hấp dẫn của CBT ở vùng ĐBSCL do không khí trong lành.

3.3.1.2. Nguyên nhân nhân kết quả đạt được

Một là, nhiều tỉnh, thành ở vùng ĐBSCL đã quan tâm xây dựng và triển khai Đề án phát triển du lịch nói chung và CBT nói riêng nên đã có nhiều giải

pháp hữu hiệu trong thực hiện liên kết kinh tế để phát triển CBT. Qua đó, một số tỉnh, thành đã xác định được chiến lược phát triển; chính quyền các địa phương đã phát huy vai trò cầu nối, liên kết các chủ thể thuộc những địa phương khác nhau trong vùng và giữa các chủ thể trong cùng một địa phương, đồng thời thực hiện có hiệu quả các hoạt động hợp tác, liên kết kinh tế như: phát triển sản phẩm CBT phù hợp; quảng bá, xúc tiến phát triển du lịch; phát triển hạ tầng du lịch; đào tạo, phát triển nguồn nhân lực phục vụ CBT... Ở những nơi phát triển CBT thành công là những nơi chính quyền địa phương, cơ quan quản lý du lịch đã phát huy vai trò ngay từ giai đoạn đầu trong định hướng phát triển, đã tìm hiểu được tâm lý, nắm bắt lợi thế, tiềm năng, thế mạnh của từng hộ nông dân để tư vấn phối hợp phát triển sản phẩm CBT phù hợp, tạo sự khác biệt.

Hai là, nhận thức của các chủ thể tham gia hợp tác, liên kết kinh tế (chính quyền các tỉnh, thành ở vùng ĐBSCL, doanh nghiệp du lịch và hộ nông dân trong cộng đồng) về tầm quan trọng, vị trí, vai trò của việc hợp tác, liên kết được nâng lên. Các chủ thể tham gia hợp tác, liên kết xác định được việc hợp tác, liên kết là biện pháp hữu hiệu để phát triển CBT vì thế đã tự nguyện tham gia vào chuỗi liên kết.

Ba là, chủ trương xây dựng nông thôn mới ở vùng ĐBSCL trong thời gian qua luôn được sự quan tâm vào cuộc đúng mức của các cấp, các ngành và sự tham gia của cộng đồng. Kết quả của chương trình đã làm thay đổi diện mạo nông thôn, góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế từ thuần nông sang dịch vụ nông nghiệp gắn với du lịch nông thôn, du lịch trải nghiệm, CBT từ đó phát triển, thúc đẩy việc hộ nông dân liên kết, hợp tác với các doanh nghiệp du lịch trong việc tìm kiếm du khách, phát triển CBT trên địa bàn tiềm năng.

Bốn là, Hiệp hội Du lịch ĐBSCL đã phát huy vai trò đại diện, bảo vệ quyền và lợi ích hợp pháp của hội viên, thực hiện tốt vai trò cầu nối giữa doanh nghiệp du lịch với cơ quan quản lý nhà nước về du lịch và hộ nông

dân. Đẩy mạnh các hoạt động liên kết, hợp tác - xúc tiến, quảng bá du lịch trên các ấn phẩm du lịch và vận động doanh nghiệp du lịch tăng cường quảng bá, xúc tiến hoạt động du lịch của vùng ĐBSCL trong bối cảnh du lịch phục hồi sau đại dịch Covid-19. Bên cạnh đó, Hiệp hội đã chủ động tham gia thực hiện có hiệu quả hoạt động liên kết, hợp tác thúc đẩy phát triển du lịch liên ngành và liên vùng, tạo điều kiện thuận lợi cho các doanh nghiệp du lịch và hộ nông dân trong cộng đồng phát triển các sản phẩm CBT phù hợp với xu hướng mới của du khách thời kỳ hậu Covid-19.

Năm là, trong quá trình hợp tác, liên kết kinh tế, các chủ thể tham gia đã thực hiện đúng điều lệ, quy ước của cộng đồng và thực hiện đúng các nguyên tắc liên kết, các bản ghi nhớ, thỏa thuận hợp tác, các cơ chế ràng buộc. Đặc biệt trong quá trình liên kết đã đảm bảo việc phân phối hài hòa lợi ích giữa các chủ thể tham gia. Một số mô hình CBT ở vùng ĐBSCL hiện nay đang thành công thường dễ nhận thấy luôn có “người thủ lĩnh” - là người am hiểu và tâm huyết với CBT, vì thế đã thực hiện tốt vai trò dẫn dắt, định hướng, điều tiết các hoạt động phát triển CBT theo đúng định hướng ban đầu.

Sáu là, vị trí địa lý nơi có CBT hoạt động thành công thông thường là những nơi thuận lợi kết nối giao thông đường bộ, đường thủy, đồng thời cũng là nơi có các loại hình du lịch khác trên địa bàn cũng đang phát triển, từ đó tạo hiệu ứng phát triển chung, hình thành chuỗi, chương trình, tuyến tham quan cùng với các loại hình du lịch khác, vì thế xu hướng hợp tác, liên kết sẽ dễ dàng diễn ra khi đủ điều kiện.

3.3.2. Hạn chế và nguyên nhân của hạn chế

3.3.2.1. Hạn chế

Việc liên kết kinh tế trong phát triển CBT ở vùng ĐBSCL vẫn còn những tồn tại, hạn chế song song với những kết quả đạt được, cụ thể như sau:

Một là, về hoạt động liên kết các chủ thể thuộc địa phương khác nhau ở vùng ĐBSCL

(1) Việc liên kết huy động vốn đầu tư, rà soát lập quy hoạch phát triển CBT phù hợp với lợi thế của từng địa phương trong tổng thể phát triển vùng còn nhiều khó khăn, hạn chế. Việc tiếp cận nguồn vốn đầu tư phát triển CBT của hộ nông dân và doanh nghiệp du lịch trong Vùng còn gặp nhiều khó khăn. Kết quả khảo sát có 26/41 phiếu (63,5%) hộ nông dân đã hoặc đang làm CBT cho rằng thỉnh thoảng được tiếp cận nguồn vốn; 34/59 phiếu (57,6%) hộ nông dân chưa làm CBT cho rằng thiếu vốn; 06/24 phiếu (25%) doanh nghiệp du lịch cho rằng còn khó khăn trong việc thiếu vốn khi tham gia kinh doanh loại hình CBT ở vùng ĐBSCL.

Việc phát triển CBT ở các địa phương trong vùng ĐBSCL còn tình trạng “mạnh ai nấy làm”, thiếu hợp tác, liên kết chặt chẽ, chưa kết nối được dưới góc độ tổng thể Vùng, chưa có quy hoạch tổng thể phát triển CBT chung cho toàn Vùng, vì thế chưa phát huy được thế mạnh của từng địa phương.

(2) Việc liên kết đào tạo và phát triển nguồn nhân lực cho phát triển CBT chưa được quan tâm đúng mức, còn gặp nhiều khó khăn, thiếu kỹ năng, kiến thức về du lịch, ngoại ngữ và ít được tham gia tập huấn, bồi dưỡng. Hiện nay, phần lớn lực lượng lao động tham gia vào hoạt động du lịch nông nghiệp, sinh thái, CBT là nguồn nhân lực nhàn rỗi nên thiếu tính chuyên nghiệp. Các hộ nông dân rất mong muốn nhận được sự hỗ trợ từ phía nhà nước và các chủ thể có liên quan trong việc tập huấn, bồi dưỡng kỹ năng, nghiệp vụ du lịch.

(3) Việc liên kết xây dựng đồng bộ hạ tầng du lịch, hạ tầng giao thông cho CBT phát triển còn những hạn chế như: Mạng lưới kết nối giao thông đường bộ nội vùng chưa đồng bộ và hệ thống trạm dừng chân chưa đáp ứng yêu cầu phát triển du lịch. Kết cấu hạ tầng giao thông nông thôn ở một số nơi chưa đồng bộ, chưa đáp ứng được nhu cầu phát triển của CBT; một số nơi có nhiều tiềm năng phát triển CBT nhưng khó thu hút được du khách vì giao thông khó kết nối.

(4) Việc liên kết phát triển chuỗi giá trị, xây dựng sản phẩm, chương

trình CBT chung của toàn vùng vẫn chưa được đa dạng, còn đơn điệu, trùng lặp, theo kiểu “cây nhà lá vườn”, chưa có sự hợp tác, liên kết tạo ra các sản phẩm riêng, khác biệt để hấp dẫn du khách, hoặc có sự khác biệt nhưng quy mô nhỏ, chưa đủ sức tạo điểm nhấn, việc xây dựng, phát triển chuỗi giá trị, sản phẩm, chương trình CBT chung của toàn vùng còn thiếu vai trò của “nhạc trưởng”, mặc dù thời gian qua Hiệp hội Du lịch ĐBSCL đã có nhiều nỗ lực phối hợp, liên kết cùng với các doanh nghiệp du lịch, chính quyền các địa phương vẫn còn nhiều trở ngại và thiếu tính định hướng, chiến lược bền vững.

Các đề án, kế hoạch phát triển sản phẩm CBT ở các tỉnh, thành mới chỉ dừng lại góc độ chủ trương, định hướng, quy hoạch phát triển trong tương lai, trên thực tế chỉ vài địa phương phát triển thành công sản phẩm khác biệt. Tuy nhiên, chủ trương về việc thành lập Ban Điều phối phát triển du lịch vùng ĐBSCL đã được nêu tại Quyết định số 194/QĐ-BVHTTDL ngày 23/01/2015 của Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch phê duyệt Đề án “Xây dựng sản phẩm du lịch đặc thù vùng ĐBSCL”, nhưng còn lúng túng trong việc triển khai. Trên thực tế, cho đến nay vẫn chưa có một mô hình điều phối hoạt động du lịch vùng nói chung, CBT nói riêng thực sự hiệu quả.

Sự quan tâm của hộ nông dân đã hoặc đang làm CBT trong việc liên kết với hộ nông dân khác và doanh nghiệp du lịch trong việc xây dựng sản phẩm CBT đặc thù chưa cao. Kết quả khảo sát cho thấy vẫn còn 14/41 phiếu (34,1%) hộ nông dân đã hoặc đang làm CBT trả lời thỉnh thoảng; 04/41 phiếu (9,8%) trả lời không quan tâm.

(5) Hoạt động liên kết tổ chức tuyên truyền về liên kết kinh tế, quảng bá và xúc tiến xây dựng thương hiệu CBT của chính quyền địa phương đôi lúc chưa được thường xuyên, ít hiệu quả. Kết quả khảo sát cho thấy vẫn còn 16/42 phiếu (38,1%) hộ nông dân đã hoặc đang làm CBT; 26/59 phiếu (44,1%) hộ nông dân chưa làm CBT cho rằng thỉnh thoảng; 14/59 phiếu (23,7%) hộ nông dân chưa làm CBT cho rằng không được tuyên truyền; đồng thời, có 09/40

phiếu (22,5%) hộ nông dân đã hoặc đang làm CBT đánh giá ít hiệu quả; 16/59 phiếu (27,1%) hộ nông dân chưa làm CBT đánh giá ít hiệu quả. Mặt khác, khi hỏi hộ nông dân đã hoặc đang làm CBT về mong muốn được hỗ trợ làm CBT thì có đến 26/43 phiếu (60,5%) mong muốn được hỗ trợ quảng cáo dịch vụ CBT. Qua đó cho thấy hoạt động quảng bá, xúc tiến du lịch cần được đổi mới để đạt hiệu quả cao.

(6) Việc hợp tác, liên kết giữa các địa phương trong vùng để đàm phán, ký kết bản ghi nhớ, hợp tác ngoại vùng và với các tổ chức quốc tế chưa được thực hiện thường xuyên. Chính quyền địa phương các tỉnh, thành ở vùng ĐBSCL chưa phát huy vai trò trong việc làm cầu nối với doanh nghiệp du lịch và các hộ nông dân để ký kết và thực hiện các hợp đồng hợp tác, liên kết. Kết quả khảo sát đánh giá của 25 doanh nghiệp du lịch cho thấy có 03/24 phiếu (12,5%) doanh nghiệp du lịch trả lời nhà nước không quan tâm hỗ trợ; 11/24 phiếu (45,8%) trả lời thỉnh thoảng hỗ trợ trong việc làm cầu nối giữa doanh nghiệp du lịch với các hộ nông dân và chính quyền địa phương để ký kết và thực hiện các hợp đồng kinh tế phát triển CBT ở vùng ĐBSCL. Đồng thời, có 12/43 phiếu (27,9%) hộ nông dân gặp khó trong việc hợp tác, liên kết với doanh nghiệp du lịch; 09/43 phiếu (20,9%) khó khăn vì chưa nhận được sự quan tâm, hỗ trợ từ phía nhà nước.

Các chương trình hợp tác, liên kết hiện nay còn hình thức, rời rạc, chưa gắn với nhu cầu của doanh nghiệp và thị trường, việc hợp tác, liên kết chỉ dừng lại việc ký các văn bản ghi nhớ hợp tác. Vì vậy việc đổi mới các hình thức hợp tác, liên kết sao cho thực chất, hiệu quả là vấn đề cấp thiết hiện nay.

Nhìn chung, du lịch nói chung và CBT ở vùng ĐBSCL nói riêng đang đứng trên “đôi chân 3 điểm yếu” (3 điểm yếu chính đó là: hạ tầng du lịch, nguồn nhân lực và thiếu cơ chế điều phối liên kết vùng, liên kết chuỗi giá trị, liên kết không gian du lịch...) nhưng trên thực tế vẫn chưa có một “cơ chế pháp lý” rõ ràng và “mô hình chỉ đạo, điều phối” liên kết kinh tế giữa các chủ

thể thuộc những địa phương khác nhau trong vùng ĐBSCL.

Hai là, về hoạt động liên kết các chủ thể trong cùng một địa phương của vùng ĐBSCL

(1) Trên thực tế vẫn còn những liên kết giữa các chủ thể diễn ra với chu kỳ ngắn, đứt quãng, không ổn định, Cụ thể:

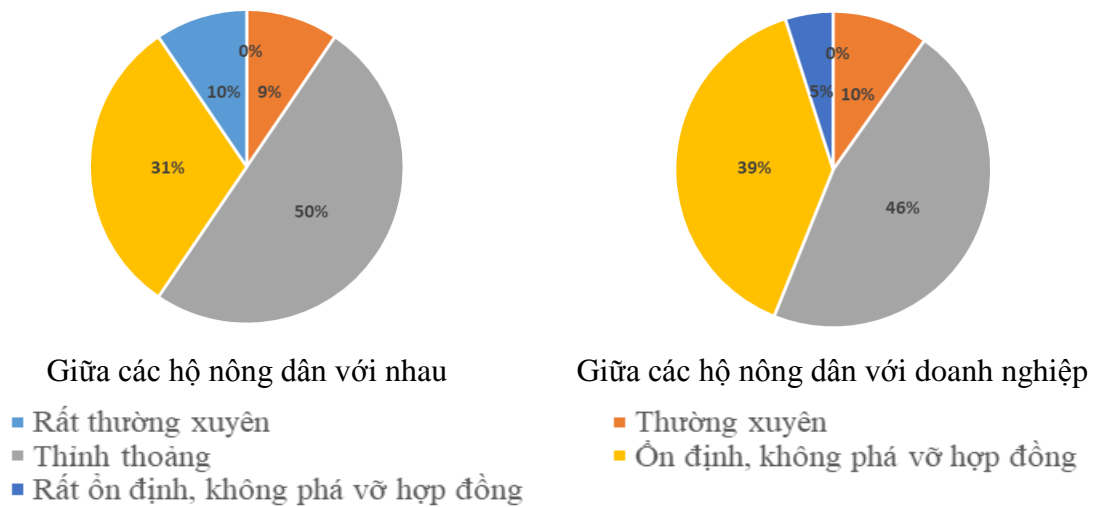
i) Đánh giá về thời gian liên kết giữa các hộ nông dân với nhau: có 10/42 phiếu (23,8%) hộ nông dân đánh giá chu kỳ hợp tác, liên kết ngắn; 09/42 phiếu (21,4%) đánh giá chu kỳ hợp tác, liên kết thường xuyên bị đứt quãng, không ổn định; 09/42 phiếu (21,4%) đánh giá chu kỳ hợp tác, liên kết không ổn định mà phụ thuộc vào tính chất, yêu cầu của quá trình hợp tác liên quan tính đặc thù của CBT.

ii) Đánh giá về thời gian liên kết giữa hộ nông dân với doanh nghiệp du lịch: có 09/43 phiếu (21,4%) hộ nông dân đánh giá chu kỳ hợp tác, liên kết ngắn; 08/43 phiếu (19%) đánh giá chu kỳ hợp tác, liên kết thường xuyên bị đứt quãng, không ổn định; 07/43 phiếu (16,7%) đánh giá chu kỳ hợp tác, liên kết không ổn định mà phụ thuộc vào tính chất, yêu cầu của quá trình hợp tác, liên quan tính đặc thù của CBT. Khi hỏi 25 doanh nghiệp du lịch thì có 03/24 phiếu (12,5%) đánh giá chu kỳ hợp tác, liên kết ngắn; 05/24 phiếu (20,8%) đánh giá chu kỳ hợp tác, liên kết thường xuyên bị đứt quãng, không ổn định; 12/24 phiếu (50%) đánh giá chu kỳ hợp tác, liên kết không ổn định mà phụ thuộc vào tính chất, yêu cầu của quá trình hợp tác liên quan tính đặc thù của CBT.

iii) Đánh giá về thời gian liên kết giữa doanh nghiệp du lịch với nhau: có 04/24 phiếu (16,7%) đánh giá chu kỳ hợp tác, liên kết thường xuyên bị đứt quãng, không ổn định; 09/24 phiếu (37,5%) đánh giá chu kỳ hợp tác, liên kết không ổn định mà phụ thuộc vào tính chất, yêu cầu của quá trình hợp tác liên quan tính đặc thù của CBT.

(2) Việc liên kết giữa các chủ thể có độ bền vững không cao. Việc phá

vỡ hợp đồng hợp tác, liên kết giữa các chủ thể vẫn thỉnh thoảng và thường xuyên xảy ra với tỷ lệ lớn. (Xem Biểu đồ 3.3)



Biểu đồ 3.3. Đánh giá của hộ nông dân về tỷ lệ phá vỡ hợp đồng hợp tác, liên kết giữa các chủ thể với nhau trong quá trình hợp tác, liên kết

Nguồn: Khảo sát của tác giả luận án.

(3) Quy mô, mức độ liên kết và quy mô tổng giá trị hợp đồng giữa các chủ thể tham gia dù có tăng so với trước, song vẫn chưa cao. Nhận định của các chủ thể tham gia liên kết cho rằng không tăng so với trước.

Kết quả khảo sát cho thấy: có 13/42 phiếu (31%) hộ nông dân đánh giá về quy mô hợp tác, liên kết và quy mô giá trị hợp đồng giữa các hộ nông dân với nhau không tăng so với trước; có 14/43 phiếu (33,3%) hộ nông dân đánh giá về quy mô hợp tác, liên kết giữa hộ nông dân với doanh nghiệp du lịch không tăng so với trước. Đồng thời, khi khảo sát hộ nông dân đánh giá về sự quan tâm của các đơn vị trung gian như: Ban Quản lý CBT, các hội, đoàn thể... khi hợp tác, liên kết phát triển CBT thì có 11/42 phiếu (26,2%) đánh giá là sự quan tâm không tăng so với trước.

(4) Việc liên kết kinh tế giữa các hộ nông dân với nhau trong phát triển CBT ở vùng ĐBSCL còn diễn ra tự phát, cạnh tranh lẫn nhau, doanh nghiệp du lịch chưa thể hiện rõ nét trong việc liên kết với hộ nông dân và doanh nghiệp du lịch khác; từng lúc từng nơi chính quyền địa phương chưa thể hiện rõ được vai trò trong công tác quản lý, hỗ trợ, định hướng, chưa có sự vào cuộc mạnh

mẽ của chính quyền các cấp, nhiều địa phương còn bị động, lúng túng.

Kết quả khảo sát về khó khăn của hộ nông dân đã hoặc đang làm CBT thì có 08/43 phiếu (18,6%) trả lời khó hợp tác, liên kết với các hộ khác trong cộng đồng; 12/43 phiếu (27,9%) trả lời khó hợp tác, liên kết với doanh nghiệp du lịch. Bên cạnh đó, khi đánh giá về khó khăn trong phát triển CBT thì có 22/43 phiếu (51,2%) trả lời các hộ nông dân hoạt động tự phát, cạnh tranh lẫn nhau; 11/43 phiếu (25,6%) trả lời chưa có sự hỗ trợ, quản lý của chính quyền sở tại; 21/43 phiếu (48,8%) trả lời chưa có sự hợp tác, liên kết với doanh nghiệp du lịch.

Kết quả khảo sát doanh nghiệp du lịch về khó khăn khi hợp tác, liên kết thì có 15/24 phiếu (62,5%) doanh nghiệp du lịch cho rằng chưa có sự hợp tác, liên kết giữa chính quyền địa phương với doanh nghiệp du lịch; 10/24 phiếu (41,7%) cho rằng chưa có sự hợp tác, liên kết giữa hộ nông dân với doanh nghiệp du lịch; 08/24 phiếu (33,3%) cho rằng chưa có sự hợp tác, liên kết giữa các doanh nghiệp du lịch với nhau.

(5) Các chủ thể tham gia liên kết trong phát CBT ở vùng ĐBSCL (đặc biệt là hộ nông dân và doanh nghiệp du lịch) còn khó khăn trong việc tiếp cận nguồn vốn vay ưu đãi nhằm phục vụ hoạt động kinh doanh CBT, nguồn vốn hạn hẹp, chủ yếu là nguồn vốn tự có của gia đình, hoặc huy động từ người thân.

Kết quả khảo sát hộ nông dân đã hoặc đang làm CBT về mức độ hỗ trợ của nhà nước, doanh nghiệp du lịch về vốn, đầu tư cơ sở vật chất, hạ tầng phát triển CBT so với trước khi hợp tác, liên kết thì có 09/42 phiếu (21,4%) trả lời không được hỗ trợ; 21/42 phiếu (50%) trả lời bình thường.

Kết quả khảo sát về mức độ hộ nông dân tiếp cận nguồn vốn nhờ vào việc hợp tác, liên kết trong phát triển CBT ở vùng ĐBSCL thì có đến 26/41 phiếu (63,5%) hộ nông dân cho rằng chỉ thỉnh thoảng tiếp cận được nguồn vốn.

Kết quả khảo sát về việc hộ nông dân hoàn thành nghĩa vụ trả nợ đầu tư do nhà nước, doanh nghiệp du lịch hỗ trợ vốn, đầu tư cơ sở vật chất, hạ tầng cho hộ nông dân phát triển CBT thì có 08/41 phiếu (19,5%) trả lời chưa hoàn thành; 12/41 phiếu (29,3%) trả lời hoàn thành một phần.

(6) Vẫn còn một số chủ thể tham gia liên kết kinh tế vẫn chưa cải thiện được thu nhập, lợi nhuận.

Kết quả khảo sát có 21/41 phiếu (51,2%) hộ nông dân đã hoặc đang làm CBT đánh giá về thu nhập, lợi nhuận bình thường so với trước; có 08/24 phiếu (34,8%) doanh nghiệp du lịch đánh giá bình thường so với trước; 07/24 phiếu (30,4%) đánh giá tăng ít hơn so với trước.

(7) Việc chuyển giao công nghệ, chuyển đổi số trong phát triển CBT ở vùng ĐBSCL vẫn chưa được các chủ thể quan tâm đúng mức, vai trò nhà nước từng lúc, từng nơi chưa được phát huy.

Kết quả khảo sát cho thấy, có 16/41 phiếu (39%) hộ nông dân đã hoặc đang làm CBT đánh giá mức độ ứng dụng, chuyển giao công nghệ, chuyển đổi số của hộ nông dân ở mức bình thường; 07/41 phiếu (17,11%) cho rằng đang nghiên cứu để ứng dụng. Đồng thời, có 06/23 phiếu (26,1%) doanh nghiệp du lịch cho rằng bình thường; 05/23 phiếu (21,7%) đang nghiên cứu ứng dụng. Vẫn còn chủ thể trả lời là không ứng dụng.

Về mức độ hỗ trợ của nhà nước, doanh nghiệp du lịch trong ứng dụng, chuyển giao công nghệ, chuyển đổi số trong phát triển CBT ở vùng ĐBSCL thì có 18/40 phiếu (45%) hộ nông dân đánh giá sự hỗ trợ của nhà nước ở mức bình thường; 04/40 phiếu (10%) đánh giá không được hỗ trợ.

(8) Việc hợp tác, liên kết kinh tế trong phát triển CBT ở vùng ĐBSCL hiện nay vẫn chưa thể giải quyết triệt để được tình trạng lao động, việc làm ở nông thôn.

Kết quả khảo sát hộ nông dân đã hoặc đang làm CBT về mức độ giải quyết việc làm khi hợp tác, liên kết phát triển CBT ở vùng ĐBSCL, có 16/40 phiếu (40%) đánh giá bình thường; 06/40 phiếu (15%) đánh giá ít được giải quyết việc làm. Khảo sát các hộ nông dân chưa làm CBT có 21/56 phiếu (37,5%) đánh giá bình thường; 10/59 phiếu (17,9%) cho rằng ít được giải quyết việc làm; 02/59 phiếu (3,6%) cho rằng không được giải quyết việc làm.

3.3.2.2. Nguyên nhân của hạn chế

Một là, do nhận thức, tâm lý, tư duy của các chủ thể chưa đầy đủ về lợi

ích của việc tham gia liên kết kinh tế trong phát triển CBT. Đồng thời, hộ nông dân trong cộng đồng làm du lịch còn có tâm lý đổ kỵ, chạy theo lợi nhuận trước mắt đã làm phá vỡ tính liên kết. Bên cạnh đó, hộ nông dân vẫn còn có tâm lý ỷ lại, trông chờ vào sự hỗ trợ của nhà nước và kỳ vọng sự hỗ trợ của doanh nghiệp du lịch. Kết quả khảo sát cho thấy nhân tố về nhận thức, tâm lý, tư duy của các chủ thể ảnh hưởng đến liên kết kinh tế thì có 11/22 phiếu (50%) doanh nghiệp du lịch đánh giá ảnh hưởng; 03/22 phiếu (13,6%) đánh giá rất ảnh hưởng.

Hai là, động cơ của các chủ thể tham gia liên kết kinh tế có xu hướng kéo lợi ích về phía mình vì thế tác động đến quyết định tham gia các hoạt động liên kết. Quan hệ lợi ích của các chủ thể tham gia liên kết đôi khi không đồng nhất và khác nhau về mục tiêu và lợi ích. Bởi vì, tâm lý hộ nông dân thường có xu hướng muốn bảo tồn và tôn trọng giá trị truyền thống về văn hóa, bảo vệ môi trường và cộng đồng dân cư, địa phương, trong khi đó tâm lý doanh nghiệp du lịch thì muốn tìm kiếm khách hàng và mục tiêu lợi nhuận để phát triển vì thế đôi khi xảy ra mâu thuẫn về mặt lợi ích; Mặt khác, hộ nông dân thường thiếu nguồn lực, doanh nghiệp du lịch thì có nguồn lực nhưng không mong muốn đầu tư vào các dự án CBT, do tiềm năng lợi nhuận thấp.

Ba là, trình độ, năng lực của các chủ thể tham gia liên kết kinh tế còn hạn chế, đặc biệt là hộ nông dân trong cộng đồng. Cộng đồng dân cư ở địa phương nơi có tiềm năng phát triển CBT còn thiếu kiến thức, kỹ năng và quản lý hoạt động CBT vì thế sẽ gây khó khăn trong việc triển khai các dự án, đề án phát triển CBT, trong đó có triển khai việc liên kết kinh tế giữa các chủ thể có liên quan. Mặt khác, hộ nông dân trong cộng đồng còn thiếu hụt nguồn vốn và khó tiếp cận nguồn vốn cho đầu tư làm CBT.

Bốn là, việc tạo lập hệ thống các chính sách, môi trường pháp lý liên quan đến liên kết kinh tế nhằm phát triển CBT của các địa phương còn hạn chế, điều đó thể hiện qua vai trò của chính quyền các tỉnh, thành còn lúng túng trong hoạt động quảng bá, xúc tiến và chính sách hỗ trợ CBT. Chất lượng trong các chương trình, dự án, đề án phát triển du lịch của tỉnh, thành

còn có sự thiếu vắng việc định hướng cho loại hình CBT phát triển. Vai trò “trọng tài” của chính quyền địa phương trong việc xử lý các tranh chấp, mâu thuẫn trong các hợp đồng kinh tế giữa các chủ thể chưa được phát huy, có phần mờ nhạt, các chủ chủ yếu tự thương lượng, đàm phán giải quyết.

Năm là, các tỉnh, thành ở vùng ĐBSCL chưa đẩy mạnh nhiều hoạt động liên kết kinh tế trong tổng thể nội vùng, vì thế các sản phẩm CBT ở các địa phương chưa có đặc thù riêng, chưa đa dạng. Việc xây dựng các sản phẩm dịch vụ CBT còn tự phát, chưa khai thác hết lợi thế, tiềm năng của từng địa phương để tạo nên sản phẩm độc đáo, mới lạ tránh trùng lặp.

Chương 4

QUAN ĐIỂM VÀ GIẢI PHÁP THỨC ĐẨY LIÊN KẾT KINH TẾ TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỘNG ĐỒNG Ở VÙNG ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG ĐẾN NĂM 2030

4.1. QUAN ĐIỂM THỨC ĐẨY LIÊN KẾT KINH TẾ TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỘNG ĐỒNG Ở ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG ĐẾN NĂM 2030

4.1.1. Bối cảnh thế giới và trong nước ảnh hưởng đến xu hướng phát triển du lịch cộng đồng ở vùng đồng bằng sông Cửu Long đến năm 2030

Trong bối cảnh toàn cầu hóa như hiện nay sẽ giúp gắn kết các quốc gia lại với nhau, tạo điều kiện thuận lợi giúp cho ngành du lịch tất yếu kéo theo phát triển. Tuy nhiên:

Bối cảnh du lịch toàn cầu trong thời kỳ mới được đánh giá là có nhiều vấn đề bất ổn chính trị, khó khăn kinh tế, dịch bệnh, thiên tai là thách thức lớn đối với triển vọng phát triển du lịch trong thời gian tới. Về ngắn hạn, du lịch sẽ có những bước phục hồi mạnh mẽ sau những ảnh hưởng nghiêm trọng của đại dịch Covid-19, nhưng những tác động của đại dịch sẽ làm thay đổi toàn bộ phương thức tiếp cận để phát triển trong bối cảnh mới. Về dài hạn, ngành du lịch phải có kế hoạch chuẩn bị sẵn sàng cho những thách thức có thể xảy ra của các cuộc khủng hoảng mới, có phương án thích ứng linh hoạt trong mọi hoàn cảnh [68].

Bối cảnh này sẽ tác động đến ngành du lịch Việt Nam nói chung và vùng ĐBSCL nói riêng, trong đó CBT có thể là một sự lựa chọn mới trong việc thích ứng linh hoạt với tình hình mới.

Ngày 01/12/2023, tại các Tiểu Vương quốc Arab Thống nhất đã diễn ra Lễ trao giải thưởng Du lịch Thế giới (World Travel Awards) 2023. Theo đó, với vẻ đẹp thiên nhiên, văn hóa đa dạng và hấp dẫn, Việt Nam lần thứ 4 được vinh danh là “Điểm đến Di sản hàng đầu Thế giới” (các lần vinh danh trước

của Việt Nam diễn ra liên tiếp các năm 2019, 2020 và 2022). Điều đó cho thấy những giá trị nổi bật toàn cầu và sự hấp dẫn của di sản văn hóa Việt Nam với cộng đồng quốc tế, đây là cơ hội và điều kiện thuận lợi tác động đến sự lựa chọn về điểm đến hấp dẫn của du khách quốc tế, Việt Nam có cơ hội thu hút du khách quốc tế trong hiện tại và tương lai.

Bên cạnh đó, Website quảng bá du lịch Travel Lemming (Hoa Kỳ) - đây là Website hướng dẫn du lịch trực tuyến với hơn 10 triệu độc giả hàng năm vừa công bố kết quả bình chọn 50 điểm đến du lịch hàng đầu thường niên của Travel Lemming, trong đó Đảo ngọc Phú Quốc, tỉnh Kiên Giang được xếp vị trí thứ 6, là địa điểm duy nhất của Việt Nam lọt vào danh sách 50 điểm đến du lịch hàng đầu thế giới trong năm 2024. Không những thế, trên trang Travel Off Path - Chuyên trang du lịch nổi tiếng của Mỹ cũng đã bình chọn Phú Quốc là một trong số điểm đến hàng đầu thế giới, Chuyên trang này ví Phú Quốc là “viên ngọc thô của Đông Nam Á”.

Việt Nam có nền chính trị ổn định đã và đang là lợi thế cho sự phát triển nói chung, trong đó có ngành du lịch. Nhiều chủ trương, đường lối của Đảng và Nhà nước cho thời kỳ mới đã định hướng phát triển ngành du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn. Đại hội XII xác định “Cần có chính sách phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn”, “tiến tới hình thành một trung tâm dịch vụ tầm cỡ khu vực và quốc tế” [14]. Cụ thể hóa Nghị quyết của Đảng, trong Chiến lược phát triển du lịch quốc gia nêu rõ:

Phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn theo hướng chuyên nghiệp, hiện đại, có trọng tâm, đẩy mạnh xã hội hóa, huy động mọi nguồn lực cả trong và ngoài nước cho đầu tư phát triển du lịch, phát huy mọi tiềm năng, lợi thế quốc gia và yếu tố tự nhiên, văn hóa, dân tộc [118].

ĐBSCL là một vùng du lịch quan trọng với các sản phẩm du lịch mang tính đặc thù của vùng. Định hướng phát triển cho vùng đồng bằng sông Cửu Long là du lịch văn hóa, lễ hội trong đó có 04 khu

du lịch và 07 điểm du lịch rải rác khắp các tỉnh, thành phố thuộc vùng đồng bằng sông Cửu Long [119].

Thời gian qua, ngành du lịch cả nước nói chung và ở vùng ĐBSCL nói riêng đang quyết tâm thực hiện Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16/01/2017 của Bộ Chính trị “về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn”.

Ngày 12/6/2020, Thủ tướng Chính phủ ban hành Quyết định số 825/QĐ-TTg “về việc thành lập và ban hành Quy chế hoạt động của Hội đồng điều phối vùng đồng bằng sông Cửu Long giai đoạn 2020 - 2025”. Hội đồng điều phối vùng là tổ chức phối hợp liên ngành do Thủ tướng Chính phủ quyết định thành lập, Chủ tịch Hội đồng là Phó Thủ tướng Chính phủ để chỉ đạo, điều phối, kiểm tra, giám sát việc thực hiện liên kết vùng, phát triển bền vững ĐBSCL thích ứng với biến đổi khí hậu bao gồm cả phát triển vùng kinh tế trọng điểm ĐBSCL. Cụ thể:

Thông qua kế hoạch điều phối liên kết vùng hằng năm của vùng ĐBSCL; có ý kiến với cơ quan có thẩm quyền về danh mục các chương trình, dự án đầu tư công có quy mô vùng và có tính chất liên kết vùng trước khi trình Thủ tướng Chính phủ xem xét, quyết định; giải quyết các vấn đề liên kết, phối hợp giữa các bộ với các tỉnh vùng ĐBSCL và giữa các tỉnh trong vùng; theo dõi, đôn đốc giải quyết các vấn đề có tính chất liên ngành, liên vùng [120].

Ngày 28/02/2022, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 287/QĐ-TTg “phê duyệt Quy hoạch vùng ĐBSCL thời kỳ 2021 - 2030, tầm nhìn đến năm 2050”, xác định:

Phát triển ĐBSCL trở thành thương hiệu quốc tế về du lịch nông nghiệp - nông thôn, du lịch sinh thái (miệt vườn sông nước, đất ngập nước) và du lịch biển trên cơ sở phát triển sản phẩm và xúc tiến chung cho thương hiệu; phát triển Cần Thơ và Phú Quốc trở thành hai trung tâm du lịch quốc tế, là cửa ngõ đón khách của toàn vùng.

Phát triển các khu du lịch, điểm du lịch cấp quốc gia, cấp vùng gắn

với việc bảo vệ hệ sinh thái tự nhiên và bảo tồn các giá trị văn hóa - lịch sử gồm: Khu du lịch quốc gia Phú Quốc, Năm Căn - Mũi Cà Mau; Tràm Chim - Láng Sen, Núi Sam, Thới Sơn; điểm du lịch quốc gia: Cù lao Ông Hổ, Khu lưu niệm Cao Văn Lầu, bến Ninh Kiều, Ao Bà Om, Hà Tiên, Văn Thánh Miếu...

Phát triển các khu du lịch kết nối nội vùng, liên vùng, quốc gia, quốc tế, trong đó chú trọng phát triển các tuyến du lịch liên vùng gắn với thành phố Hồ Chí Minh, thành phố Cần Thơ, Phú Quốc, Cà Mau; tuyến hành lang ven biển phía Nam (Thái Lan - Campuchia - Rạch Giá - Cà Mau) và hệ thống cửa khẩu quốc tế đường bộ Hà Tiên (Kiên Giang), Tịnh Biên (An Giang), Dinh Bà, Thường Phước (Đồng Tháp) và Bình Hiệp (Long An); tuyến đường biển và tuyến đường sông dọc theo sông Tiền và sông Hậu kết nối với Phnompenh, Seam Reap (Campuchia).

Đầu tư xây dựng hệ thống hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ du lịch đồng bộ, kết nối giữa các khu vực và điểm du lịch trong vùng, liên vùng và quốc tế trong đó chú trọng phát triển hệ thống cảng du lịch trên sông Tiền, sông Hậu và cảng du lịch tàu biển tại các tỉnh ven biển.

Khuyến khích các thành phần kinh tế tham gia đầu tư phát triển du lịch. Tăng cường đào tạo nghề dịch vụ du lịch, góp phần chuyển đổi nghề bền vững cho lao động nông thôn [121].

Ngày 02/4/2022 Bộ Chính trị đã ban hành Nghị quyết số 13-NQ/TW “về phương hướng phát triển kinh tế - xã hội, đảm bảo quốc phòng, an ninh vùng đồng bằng sông Cửu Long đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045”. Trong đó, kinh tế du lịch được xác định là một trong những mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội vùng ĐBSCL [9]. Ngày 18/6/2022, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Nghị quyết số 78/NQ-CP ban hành Chương trình hành động của Chính phủ thực hiện Nghị quyết số 13-NQ/TW.

Ngày 02/8/2022, Thủ tướng Chính phủ ban hành Quyết định số 922/QĐ-TTg “phê duyệt Chương trình phát triển du lịch nông thôn trong xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2021 - 2025”, xác định mục tiêu chung:

Đẩy mạnh phát triển du lịch nông thôn gắn với phát huy tiềm năng, lợi thế về nông nghiệp, làng nghề, văn hóa và môi trường sinh thái của các địa phương, nhằm nâng cao chất lượng đời sống vật chất, tinh thần của người dân nông thôn, góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế nông thôn theo hướng tích hợp đa giá trị, bao trùm và phát triển bền vững [122].

Để triển khai Quyết định trên và thực hiện mục tiêu “phát triển du lịch nông thôn trong xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2021 - 2025”, các tỉnh, thành ở vùng ĐBSCL đã ban hành Quyết định về phát triển du lịch nông thôn, trong đó chú trọng sản xuất kinh doanh đặc thù, sản phẩm OCOP, văn hóa bản địa để khai thác phát triển du lịch nông thôn; phát triển du lịch nông thôn theo các loại hình: CBT, du lịch sinh thái, du lịch gắn với bảo tồn thiên nhiên, du lịch làng nghề, du lịch làng thông minh, du lịch không phát thải.

Ngày 19/8/2023, Thủ tướng Chính phủ đã ban hành Quyết định số 974/QĐ-TTg “về việc thành lập Hội đồng điều phối vùng đồng bằng sông Cửu Long”. Chức năng của Hội đồng được xác định: “giúp Thủ tướng Chính phủ nghiên cứu, chỉ đạo, điều phối và giải quyết những công việc quan trọng, liên ngành về liên kết vùng, phát triển bền vững vùng đồng bằng sông Cửu Long” [123] và xác định 13 nhiệm vụ, quyền hạn trong đó có nhiều nhiệm vụ, quyền hạn liên quan đến hoạt động liên kết kinh tế của Vùng.

Theo thông tin từ Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam, năm 2023, ngành du lịch Việt Nam đã đạt được kết quả rất khả quan, đã đón 12,5 triệu lượt khách quốc tế, phục vụ 108,2 triệu lượt khách nội địa, tổng thu từ khách du lịch ước đạt 680.000 tỷ đồng. Kết quả đạt được nêu trên là nhờ vào sự phối hợp, hỗ trợ cơ chế, chính sách thuận lợi từ các bộ, ban, ngành Trung ương; sự tích cực, chủ động tạo sản phẩm du lịch mới, triển khai kết nối thị trường,

đẩy mạnh liên kết xúc tiến, quảng bá của địa phương và doanh nghiệp. Thời gian qua, Thủ tướng Chính phủ đã trực tiếp chủ trì liên tiếp ba hội nghị về du lịch (Hội nghị thúc đẩy thu hút du khách du lịch quốc tế vào Việt Nam (12/2022); Hội nghị toàn quốc về du lịch (3/2023) và Hội nghị phát triển du lịch Việt Nam bền vững) [35, tr.7]. Qua đó cho thấy sự quan tâm của Đảng, chính phủ và cá nhân Thủ tướng Chính phủ đến sự phát triển của ngành du lịch Việt Nam nói chung.

Đồng thời, với sự nỗ lực mở rộng hợp tác quốc tế trong lĩnh vực du lịch, tính đến cuối năm 2023, Việt Nam đã ký kết trên 100 điều ước, thỏa thuận hợp tác quốc tế về du lịch với các nước, tạo điều kiện và cơ sở pháp lý tăng cường hợp tác với các đối tác quốc tế. Theo Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam:

Du lịch Việt Nam đã tích cực và chủ động tham gia nhiều cơ chế hợp tác trong khu vực và trên thế giới, như hợp tác trong ASEAN, Tiểu vùng Mêkông mở rộng, hợp tác ACMCS, CLMV, CLV hợp tác sông Mêkông - sông Hằng. Mở rộng ra, du lịch Việt Nam tích cực tham gia các khuôn khổ hợp tác đa phương khác như trong G20, APEC, Tổ chức Du lịch thế giới (UNWTO), Hiệp hội Du lịch Châu Á - Thái Bình Dương (PATA)...

Đồng thời, du lịch Việt Nam cũng tập trung làm sâu sắc thêm quan hệ hợp tác song phương với các đối tác là thị trường trọng điểm như Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản, Đông Nam Á, Ấn Độ, châu Âu, Bắc Mỹ... Một số Chính phủ và tổ chức quốc tế như Luxembourg, Nhật Bản, Tây Ban Nha, Đức, Hà Lan, EU, UNWTO... đã có những chương trình hỗ trợ cho du lịch Việt Nam trong việc đào tạo nhân lực và hỗ trợ kỹ thuật [12].

Đối với vùng ĐBSCL, mặc dù thời gian qua, tình hình kinh tế thế giới và trong nước còn nhiều khó khăn, biến động khó lường, chưa vượt qua được suy thoái do đại dịch Covid-19 gây ra nhưng ngành du lịch ĐBSCL vẫn đang

trên đà phát triển. Ngoài ra, biến đổi khí hậu, nước biển dâng và xâm nhập mặn ảnh hưởng trực tiếp đến tài nguyên du lịch nói chung và CBT nói riêng và sự phát triển bền vững của du lịch vùng ĐBSCL.

Bên cạnh đó, sự bùng nổ của cách mạng công nghệ số những năm gần đây đã tác động trực tiếp đến sự phát triển của du lịch vùng ĐBSCL. Thông tin về chuyến đi, điểm đến và các đánh giá của những hành khách đã trải nghiệm sản phẩm dịch vụ CBT trước đó được hiển thị công khai đã ảnh hưởng trực tiếp đến quyết định của du khách. Điều này đòi hỏi các doanh nghiệp du lịch phải thay đổi để thích ứng, thay đổi từ phương thức quản lý, kinh doanh truyền thống sang ứng dụng công nghệ thông tin. Đồng thời, đòi hỏi các điểm đến CBT phải nâng cao chất lượng sản phẩm, dịch vụ và chất lượng phục vụ để thu hút du khách, nâng cao khả năng cạnh tranh.

4.1.2. Quan điểm về liên kết kinh tế trong phát triển du lịch cộng đồng ở vùng đồng bằng sông Cửu Long đến năm 2030

4.1.2.1. Quan điểm về thúc đẩy liên kết các chủ thể thuộc địa phương khác nhau ở vùng đồng bằng sông Cửu Long

Một là, coi trọng phát huy vai trò của điều phối của chính quyền cấp tỉnh, thành phố trực thuộc Trung ương đối với hoạt động liên kết các chủ thể thuộc địa phương khác nhau ở vùng ĐBSCL. Hoạt động hợp tác, liên kết nội vùng, liên vùng và quốc tế trong phát triển CBT cần thiết phải có một chủ thể đóng vai trò “nhạc trưởng” để điều phối đó là chính quyền địa phương các tỉnh, thành phố để điều phối các hoạt động hướng đến phát triển du lịch nói chung và CBT nói riêng, qua đó hỗ trợ các chủ thể trong việc hợp tác, liên kết phát triển CBT. Đồng thời, cần phát huy vai trò của Hiệp hội Du lịch ĐBSCL trong việc phối hợp với các chủ thể có liên quan có chiến lược phát triển CBT trong tổng thể vùng ĐBSCL.

Hai là, nội dung liên kết kinh tế phải phù hợp với mục tiêu, định hướng phát triển của ngành du lịch Việt Nam nói chung và định hướng “phát triển du lịch của vùng ĐBSCL trở thành thương hiệu quốc tế về du lịch nông

nghiệp - nông thôn, du lịch sinh thái (miệt vườn sông nước, đất ngập nước)” theo tinh thần Quy hoạch vùng ĐBSCL thời kỳ 2021 - 2030, tầm nhìn đến năm 2050. Đồng thời, việc hợp tác, liên kết phải khai thác được tiềm năng, thế mạnh và lợi thế so sánh để hình thành các sản phẩm CBT đặc thù, khác biệt giữa các tỉnh, thành ở vùng ĐBSCL, tăng sức cạnh tranh. Ưu tiên các sản phẩm CBT gắn với hoạt động du lịch trải nghiệm sông nước, miệt vườn, sinh thái, nghỉ dưỡng, văn hóa và ẩm thực, thủ công, mỹ nghệ, làng nghề.

Ba là, khẳng định vị trí quan trọng của vùng ĐBSCL đối với du lịch Việt Nam; từng bước nâng cao vị trí, vai trò của CBT gắn với du lịch nông nghiệp và xây dựng nông thôn mới trong phát triển kinh tế - xã hội của Vùng. Cần có tầm nhìn phát triển ĐBSCL trở thành một trung tâm du lịch nông nghiệp - nông thôn trong giai đoạn trung hạn, dài hạn. Khi đó, nói đến vùng Đất Chín Rồng là nói đến nơi có chuỗi giá trị kinh tế độc đáo: “Môi trường trong lành - sản xuất sạch - thực phẩm an toàn - kỳ nghỉ vùng quê” [144]. Sự phát triển CBT sẽ biến nhà nông từ chân lấm tay bùn chỉ để biết làm nông nghiệp để bán nông sản, thành những người làm ruộng, vườn, ruộng tôm để bán dịch vụ du lịch, trải nghiệm cho khách du lịch trong và ngoài nước. Vì thế liên kết kinh tế trong phát triển CBT phải góp phần cải thiện, nâng cao đời sống người dân, quảng bá hình ảnh vùng ĐBSCL đến với cả nước và quốc tế.

4.1.2.2. Quan điểm về thúc đẩy liên kết các chủ thể trong cùng một địa phương ở vùng đồng bằng sông Cửu Long

Một là, yếu tố quyết định đến sự phát triển của CBT ở địa phương chính là hình thành được các liên kết kinh tế cơ bản giữa các chủ thể trong cùng một địa phương trên cơ sở tự nguyện, dựa trên sự gắn bó, tin tưởng, tương trợ lẫn nhau, đây là vấn đề cốt lõi để xây dựng liên kết bền vững. Trong đó, hộ nông dân trong cộng đồng là chủ thể liên kết chính với phương châm “Hợp tác với nhau trong cuộc sống sẽ làm nền tảng cho hợp tác trong sản xuất”. Quá trình liên kết cần có “thủ lĩnh cộng đồng” - là người tâm huyết, am hiểu và định hướng, dẫn dắt được cộng đồng, biết khai thác lợi thế,

tiềm năng, thế mạnh của cộng đồng địa phương, của các chủ thể để tạo chất “keo kết dính” cho liên kết; hoặc nghiên cứu xây dựng mô hình “Hội quán CBT” để tăng cường sự kết nối giữa các chủ thể có liên quan nhằm nâng cao hiệu quả của hoạt động liên kết kinh tế.

Hai là, phải thực hiện tốt các nguyên tắc liên kết kinh tế, đặc biệt là nguyên tắc phân phối theo lao động, vốn và mức độ đóng góp của các chủ thể; kết hợp hài hòa lợi ích kinh tế, giữa lợi ích cá nhân và lợi ích tập thể, cộng đồng cũng như cùng chia sẻ rủi ro, tự thỏa thuận và chịu trách nhiệm với phương châm “Thu nhập từ CBT phải được phân phối về lại cho cộng đồng”.

Ba là, hình thức liên kết kinh tế chủ yếu giữa các chủ thể trong cùng một địa phương ở vùng ĐBSCL đến năm 2030 là hình thức liên kết, hợp tác giữa các chủ thể hộ nông dân, doanh nghiệp du lịch và chính quyền địa phương. Liên kết được hình thành dựa trên các nguyên tắc hợp tác, liên kết. Chính quyền địa phương thực hiện chức năng quản lý nhà nước, không can thiệp sâu vào các hoạt động liên kết kinh tế giữa các chủ thể mà chỉ thực hiện vai trò cầu nối, hỗ trợ, giải quyết các tranh chấp hoặc các vấn đề phát sinh.

4.2. GIẢI PHÁP THÚC ĐẨY LIÊN KẾT KINH TẾ TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỘNG ĐỒNG Ở VÙNG ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG ĐẾN NĂM 2030

4.2.1. Nhóm giải pháp về hoàn thiện thể chế, cơ chế, chính sách để thúc đẩy liên kết kinh tế trong phát triển du lịch cộng đồng ở vùng đồng bằng sông Cửu Long

4.2.1.1. Hoàn thiện thể chế, chính sách để thúc đẩy liên kết các chủ thể thuộc địa phương khác nhau ở vùng đồng bằng sông Cửu Long

Xuất phát từ thực trạng thời gian qua, việc phát triển CBT ở các địa phương ở vùng ĐBSCL gặp nhiều khó khăn, còn tình trạng “mạnh ai nấy làm”, chưa chuyên nghiệp, các chủ thể thiếu hợp tác, liên kết chưa chặt chẽ, chưa kết nối được dưới góc độ tổng thể Vùng. Mặc dù Hiệp hội Du lịch ĐBSCL đã có nhiều nỗ lực, nhưng CBT ở vùng ĐBSCL vẫn chưa có một chủ thể đóng vai trò “nhạc trưởng” để điều phối hoạt động liên kết các chủ thể thuộc địa

phương khác nhau ở vùng ĐBSCL. Đồng thời, chủ trương hình thành Ban điều phối phát triển du lịch vùng ĐBSCL đã được nêu tại Quyết định số 194/QĐ-BVHTTDL ngày 23/01/2015 “về việc phê duyệt Đề án “Xây dựng sản phẩm du lịch đặc thù vùng đồng bằng sông Cửu Long” nhưng đến nay vẫn còn lúng túng trong việc triển khai. Tồn tại, hạn chế này đang ảnh hưởng đến quá trình liên kết, hợp tác trong phát triển du lịch nói chung và CBT ở vùng ĐBSCL nói riêng. Vì thế, cần sớm thành lập và đi vào hoạt động để phát huy vai trò của Ban Điều phối du lịch vùng ĐBSCL trong việc làm “nhạc trưởng” cho hoạt động liên kết các chủ thể thuộc địa phương khác nhau ở vùng ĐBSCL trong phát triển CBT. Ban điều phối được thành lập sẽ thực hiện nhiệm vụ chính là điều phối hoạt động du lịch chung và CBT nói riêng của cả vùng ĐBSCL và thống nhất kế hoạch phát triển của các địa phương theo kế hoạch, định hướng phát triển du lịch chung cho cả Vùng. Xây dựng quy chế liên kết, điều phối và triển khai thực hiện; xây dựng kế hoạch hành động cụ thể với lộ trình và bước đi, đặc biệt là những vấn đề cần ưu tiên thực hiện đến giai đoạn 2030. Hoặc, nghiên cứu cơ chế cho phép thành lập một tổ chức dưới dạng ban quản lý dự án hoặc “Trung tâm phát triển CBT vùng ĐBSCL” để điều phối các hoạt động liên kết kinh tế trong phát triển CBT ở vùng ĐBSCL.

Trong quá trình đầu tư, phát triển du lịch nói chung và CBT nói riêng thời gian qua còn vướng những quy định liên quan đến Luật đất đai, Luật Lâm nghiệp, Luật xây dựng,... nên muốn khai thác CBT ở vùng ĐBSCL từ vườn cây ăn trái, đồng ruộng lúa có sẵn, hay đất rừng được nhà nước giao cho canh tác nhưng lại vướng quy định về đất đai, xây dựng. Vì thế, căn cứ Luật đất đai năm 2024 mới ban hành và các luật khác có liên quan, cần cụ thể hóa các văn bản dưới luật sao cho đất nông nghiệp không chỉ để dành cho mục đích sử dụng sản xuất nông nghiệp, mà còn cho mục đích hợp tác đầu tư phát triển du lịch nông nghiệp, CBT, theo đó cho phép phát triển các cơ sở lưu trú, nhà hàng trong các trang trại, nhà vườn,... để có căn cứ pháp lý cho việc hợp

tác, liên kết giữa các chủ thể. Đồng thời, cần ban hành thống nhất các chính sách hỗ trợ cho người dân làm du lịch nói chung và CBT nói riêng, thay cho các chính sách riêng rẽ của mỗi tỉnh, thành như hiện nay.

Chính quyền các tỉnh, thành ở vùng ĐBSCL phối hợp trong việc tạo dựng hành lang pháp lý hỗ trợ công tác đào tạo, bồi dưỡng nguồn nhân lực cho du lịch, đa dạng hóa các hình thức đào tạo. Có thể khuyến khích bằng cách tạo điều kiện thuận lợi cho các trường trong việc liên kết đào tạo với các tỉnh, thành trong Vùng, có chính sách tài chính ưu đãi đối với các tổ chức, cá nhân có tham gia công tác đào tạo nguồn nhân lực như: giao đất xây dựng cơ sở đào tạo, miễn tiền sử dụng đất, ưu đãi thuế,...

Xuất phát từ yêu cầu thực tiễn của vùng ĐBSCL, các tỉnh, thành cần liên kết, phối hợp đề xuất các ban, bộ, ngành Trung ương có liên quan trình Thủ tướng Chính phủ quyết định thành lập Quỹ hỗ trợ phát triển du lịch ĐBSCL (theo Điều 70, Mục II, Chương VII, Luật Du lịch năm 2017). Ngoài nguồn ngân sách nhà nước, cần nghiên cứu xây dựng, đề xuất ban hành cơ chế, chính sách khuyến khích, huy động nguồn lực xã hội hóa từ các doanh nghiệp du lịch, tổ chức, cá nhân trong và ngoài nước. Việc hình thành Quỹ hỗ trợ phát triển du lịch ĐBSCL cũng sẽ góp phần hỗ trợ CBT ở vùng ĐBSCL nói riêng, trên cơ sở gắn với lợi ích thiết thực của các chủ thể có liên quan (tổ chức, doanh nghiệp, người dân...) với lợi ích chung của ngành du lịch.

4.2.1.2. Hoàn thiện cơ chế, chính sách để thúc đẩy liên kết các chủ thể trong một địa phương ở vùng đồng bằng sông Cửu Long

Chính quyền các tỉnh, thành ở vùng ĐBSCL cần rà soát và xây dựng cơ chế, chính sách đầu tư, hỗ trợ nông dân trong việc chuyển dịch cơ cấu kinh tế từ nông nghiệp sang dịch vụ, gắn với du lịch nông nghiệp để phát triển CBT, hỗ trợ nông dân trong việc chuyển đổi nghề nghiệp từ thuần nông sang làm nông để làm CBT.

Khuyến khích và tạo điều kiện cho người dân địa phương tham gia vào liên kết để đầu tư phát triển CBT như làm homestay, nhà vườn, sản xuất hàng

lưu niệm, đặc sản địa phương, xây dựng sản phẩm OCOP... bằng các quy định, chính sách hỗ trợ về vốn, ưu đãi vay vốn, hỗ trợ khoa học, kỹ thuật,... để người dân đầu tư phát triển CBT.

Đồng thời, có cơ chế khuyến khích các doanh nghiệp du lịch tham gia hỗ trợ người dân làm CBT. Vì trên thực tế cho thấy, hộ nông dân đang rất cần sự hỗ trợ của các doanh nghiệp du lịch về kỹ năng, nghiệp vụ kinh doanh du lịch và thu hút du khách.

Tạo điều kiện thuận lợi cho các thành phần kinh tế tham gia phát triển CBT bằng nhiều chính sách ưu đãi về đất đai, tài chính, tín dụng cho doanh nghiệp du lịch, hộ nông dân tham gia làm CBT.

Mỗi tỉnh, thành cần xây dựng nội quy, quy chế hoạt động của mô hình CBT của địa phương mình. Xây dựng cơ chế phối hợp và chia sẻ lợi ích giữa các chủ thể tham gia hoạt động hợp tác, liên kết.

Nghiên cứu, ban hành cơ chế thành lập “Hội quán CBT” ở những nơi có CBT phát triển. Thông qua hiệu quả hoạt động của Hội quán để phát huy vai trò “thủ lĩnh của cộng đồng” trong phát triển CBT. Chủ thể tham gia Hội quán phát huy trên tinh thần tự nguyện, chia sẻ cộng đồng.

Cần có cơ chế phát huy vai trò của Hiệp hội Du lịch các tỉnh, thành ở vùng ĐBSCL để thúc đẩy hoạt động liên kết giữa các chủ thể trong một địa phương và kể cả phát huy vai trò trong liên kết vùng trong phát triển du lịch nói chung và CBT nói riêng.

4.2.2. Nhóm giải pháp thúc đẩy hoạt động liên kết các chủ thể thuộc địa phương khác nhau ở vùng đồng bằng sông Cửu Long

4.2.2.1. Giải pháp liên kết huy động vốn đầu tư, rà soát lập quy hoạch phát triển du lịch cộng đồng phù hợp với thế mạnh của từng địa phương trong tổng thể phát triển vùng đồng bằng sông Cửu Long

Việc liên kết phát triển CBT ở các địa phương trong vùng ĐBSCL còn khó khăn trong việc huy động vốn đầu tư, chưa có quy hoạch tổng thể phát triển CBT chung cho toàn Vùng, vì thế cần phát huy vai trò hợp tác, liên kết

giữa các tỉnh, thành trong Vùng để phát huy thế mạnh của từng địa phương.

Chính quyền các tỉnh, thành ở vùng ĐBSCL cần phối hợp, liên kết với nhau trong việc huy động vốn đầu tư cho phát triển du lịch nói chung và CBT nói riêng của vùng ĐBSCL. Thực hiện có hiệu quả các hoạt động xúc tiến đầu tư, quảng bá du lịch, tạo dựng hình ảnh định vị cho CBT chung của Vùng để thu hút, huy động vốn đầu tư. Tạo điều kiện thuận lợi, khuyến khích thu hút vốn đầu tư ngoài ngân sách nhà nước để phát triển CBT, với thông điệp là tạo ra môi trường kinh doanh thuận lợi và thân thiện với nhà đầu tư để phát triển CBT ở các địa phương có tiềm năng trong Vùng và tạo sự cân bằng lợi ích giữa địa phương và nhà đầu tư, hài hòa lợi ích giữa các chủ thể tham gia liên kết kinh tế.

Việc huy động và sử dụng các nguồn vốn đầu tư cho phát triển CBT cần quan tâm thực hiện như sau: *Đối với nguồn vốn ngân sách nhà nước được cấp hằng năm*, các tỉnh, thành cần có kế hoạch ưu tiên đầu tư các hạng mục kết cấu hạ tầng trọng điểm, một mặt phục vụ cho phát triển kinh tế - xã hội, mặt khác giúp du lịch phát triển; *Đối với nguồn vốn xã hội hóa*, các tỉnh, thành cần tiếp tục đẩy mạnh thực hiện xã hội hóa trong công tác đầu tư phát triển CBT, khuyến khích các thành phần kinh tế tham gia góp vốn đầu tư dưới các hình thức khác nhau, có cơ chế thích hợp để thu hút vốn đầu tư trong dân, đầu tư phát triển CBT gắn với phát triển du lịch nông thôn và xây dựng nông thôn mới với chủ trương “nhà nước và nhân dân cùng làm”. Đồng thời, các tỉnh, thành cần phối hợp đề xuất sớm hình thành quỹ hỗ trợ phát triển du lịch ĐBSCL để huy động và thu hút các nguồn lực đầu tư cho phát triển du lịch nói chung và CBT nói riêng.

Nếu như các tỉnh, thành vùng ĐBSCL muốn cùng nhau phát triển CBT thì mỗi địa phương sẽ phải cùng nhau phối hợp xây dựng quy hoạch, chiến lược phát triển điểm đến phù hợp với thế mạnh từng địa phương, như: vùng sinh thái nước ngọt thì phát triển CBT gắn với vườn cây, đồng lúa, hoa sen,...; vùng biển thì gắn với rừng ngập mặn, trang trại thủy sản...; các tỉnh

có đông đồng bào dân tộc Khmer sinh sống thì CBT gắn với văn hóa; các nhánh sông Mekong thì gắn với CBT của những hộ dân sinh sống trên những dòng sông... Việc lập quy hoạch phát triển CBT của Vùng cần phù hợp với nguồn lực, chiến lược phát triển điểm đến của từng địa phương.

Các tỉnh, thành vùng ĐBSCL cần liên kết, phối hợp với các chủ thể có liên quan để điều tra, khảo sát, thống kê tiềm năng chung của vùng ĐBSCL. Thống kê, đánh giá, phân tích tổng hợp,... tiềm năng đặc trưng, khác biệt, lợi thế so sánh của từng tỉnh, thành trong Vùng về đặc điểm, điều kiện tự nhiên, văn hóa, lịch sử con người vùng đất Tây Nam Bộ, trên cơ sở đó quy hoạch phát triển CBT của từng tỉnh, thành trong một không gian thống nhất và đồng bộ trong tổng thể vùng ĐBSCL.

Việc rà soát, quy hoạch phát triển CBT ở vùng ĐBSCL cần quan tâm đến lịch sử hình thành và phát triển vùng đất Tây Nam Bộ, phát huy các nguồn lực phát triển du lịch, kinh tế - xã hội trong quá khứ cũng như hiện tại, kế thừa có chọn lọc các đề án, dự án quy hoạch du lịch, quy hoạch phát triển kinh tế - xã hội, các công trình khoa học đã có để có cơ sở khoa học đúng đắn, có tính quy luật, xu hướng vận động phát triển trong thời gian dài và tác động đến kinh tế - xã hội, biến đổi khí hậu, xâm nhập mặn ở vùng ĐBSCL.

Quy hoạch phát triển CBT ở vùng ĐBSCL cần hướng đến mục tiêu hiệu quả kinh tế, văn hóa - xã hội và môi trường. Vì vậy, trong quá trình quy hoạch phải tính toán, đánh giá đến hiệu quả trực tiếp và gián tiếp, hiệu quả trước mắt và lâu dài. Theo đó công tác quy hoạch cần quan tâm:

(1) *Hiệu quả kinh tế*: quá trình điều tra, đánh giá các nguồn lực cần đúng đắn, xác thực, mang tính khách quan để đảm bảo xây dựng được các mục tiêu chung, mục tiêu cụ thể, các chương trình, chiến lược phát triển CBT đúng đắn và có khả năng thực thi cao trong tổng thể Vùng. Từ đó việc đưa các đề án vào thực hiện phải đảm bảo phát huy thế mạnh, đặc thù, sự khác biệt và khai thác các nguồn lực, bảo vệ, khai thác các nguồn lực một cách tiết kiệm, bền vững, đảm bảo thu nhập, nâng cao hiệu quả kinh tế cho các chủ thể

tham gia liên kết kinh tế trong phát triển CBT, phát triển kinh tế chung của cộng đồng, địa phương và của Vùng.

(2) *Hiệu quả văn hóa - xã hội*: việc lập quy hoạch phát triển CBT ở vùng ĐBSCL phải trên cơ sở nâng cao dân trí, nhận thức của cộng đồng về phát triển kinh tế - xã hội và môi trường, tạo việc làm, cải thiện và nâng cao chất lượng môi trường sống cho cộng đồng. Cần đưa ra mục tiêu, giải pháp, chiến lược nhằm nâng cao chất lượng sản phẩm CBT để đáp ứng nhu cầu đa dạng của cộng đồng và của du khách. Quy hoạch phải phù hợp với các điều kiện kinh tế, văn hóa - xã hội, truyền thống văn hóa đặc thù của từng tỉnh, thành ở vùng ĐBSCL.

(3) *Hiệu quả môi trường*: việc lập quy hoạch phát triển CBT cần tính toán đến chi phí cho giáo dục môi trường, quá trình xử lý và bảo vệ, làm sạch môi trường cộng đồng, khắc phục các sự cố về môi trường. Đặc biệt, không phát triển các loại hình CBT ảnh hưởng tiêu cực đến thuần phong mỹ tục, truyền thống văn hóa của cộng đồng địa phương và tài nguyên thiên nhiên vùng ĐBSCL. Khuyến khích, hỗ trợ sự phát triển các loại hình CBT bền vững, các sản phẩm CBT xanh, từ các nguồn lực sẵn có của cộng đồng.

Các nguồn tài nguyên cho phát triển CBT thuộc quyền sở hữu của cộng đồng địa phương. Do vậy khi quy hoạch phát triển CBT ở vùng ĐBSCL cần xây dựng và thực thi các quy định trao quyền quản lý, bảo vệ, sử dụng các nguồn tài nguyên và lợi ích từ hoạt động CBT, quyền được tập huấn, đào tạo, bồi dưỡng và tham gia vào các hoạt động du lịch cho sự phát triển của cộng đồng địa phương và các chủ thể tham gia liên kết kinh tế phải đảm bảo công bằng, phần lớn nguồn lợi thu được từ hoạt động CBT phải để lại cho cộng đồng để phát triển kinh tế, văn hóa - xã hội và môi trường địa phương.

Để phát triển CBT, đòi hỏi phải có sự liên thông, trợ giúp trong đầu tư, tổ chức quản lý, giám sát của nhiều ngành, nhiều tổ chức, các cấp quản lý xã hội. Do vậy việc rà soát và lập quy hoạch phát triển CBT ở vùng ĐBSCL cần gắn kết phù hợp, hài hòa và trở thành một bộ phận trong chiến lược cũng như

quy hoạch phát triển kinh tế - xã hội, đảm bảo quốc phòng, an ninh vùng ĐBSCL và từng tỉnh, thành trong Vùng. Các đề án, dự án phát triển CBT ở vùng ĐBSCL cũng phải tuân thủ việc thực hiện các chiến lược, mục tiêu phát triển đó để góp phần thực hiện quy hoạch tổng thể phát triển chung của Vùng.

Để đảm bảo hiệu quả sử dụng không gian Vùng và các nguồn lực cho phát triển CBT theo hướng bền vững, đặc biệt là nguồn lực sẵn có, kết cấu hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch,... đòi hỏi khi tiến hành rà soát, lập quy hoạch cần phân chia không gian vùng ĐBSCL theo khu vực có lợi thế so sánh về tiềm năng và sự khác biệt cao giữa các khu vực trong Vùng.

Đồng thời, quá trình rà soát, quy hoạch phát triển CBT ở vùng ĐBSCL cần tuân thủ theo nguyên tắc thị trường, quy luật cung - cầu của thị trường du lịch trong tổng thể vùng, phạm vi quốc gia, vùng lãnh thổ và phạm vi khu vực, quốc tế có tác động trực tiếp và gián tiếp đến thị trường du lịch vùng ĐBSCL.

4.2.2.2. Giải pháp liên kết trong việc đào tạo và phát triển nguồn nhân lực cho phát triển du lịch cộng đồng ở vùng đồng bằng sông Cửu Long

Nguồn nhân lực du lịch ở vùng ĐBSCL đang được đào tạo ở rất nhiều cơ sở đào tạo trong và ngoài vùng nên không thiếu về số lượng mà thiếu về chất lượng tương ứng vị trí tuyển dụng cho CBT. Vì thế cần có chương trình cấp Vùng hỗ trợ đào tạo nguồn nhân lực cho du lịch nói chung và CBT nói riêng; cần có sự liên kết giữa chính quyền các tỉnh, thành và doanh nghiệp du lịch để xây dựng và triển khai các chương trình đào tạo, bồi dưỡng, tập huấn phù hợp với nhu cầu thực tế phát triển CBT ở vùng ĐBSCL.

Việc xây dựng các chương trình đào tạo, bồi dưỡng, tập huấn cấp vùng phải theo hướng có trọng tâm, trọng điểm, ưu tiên kiến thức, kỹ năng du lịch, ngoại ngữ, kiến thức CBT gắn với bản sắc đặc thù của vùng ĐBSCL. Chính quyền địa phương các tỉnh, thành ở vùng ĐBSCL cần chủ trì, phối hợp với các đơn vị có liên quan tổ chức các lớp bồi dưỡng, tập huấn cho các hộ nông dân tham gia CBT những kiến thức và kỹ năng du lịch cần thiết như: kỹ năng phục vụ CBT có trách nhiệm, kỹ năng giao tiếp, kỹ năng cung cấp các dịch vụ

du lịch, kỹ năng ngoại ngữ... Ngoài ra cần nâng cao năng lực quản lý điều hành cho Ban đại diện CBT, đào tạo đội ngũ hướng dẫn viên tại các điểm đến và nguồn nhân lực phục vụ CBT như nhân viên kế toán, văn phòng,...

Quá trình liên kết đào tạo, bồi dưỡng, tập huấn cần nâng cao năng lực phát triển CBT cho: Ban quản lý CBT, các nhóm chức năng, các doanh nghiệp du lịch, các hộ nông dân làm CBT ở địa phương. Theo đó, việc liên kết trong đào tạo và phát triển nguồn nhân lực cho phát triển CBT ở vùng ĐBSCL cần quan tâm đến việc nâng cao năng lực cho các chủ thể như sau:

(1) Đối với Ban Quản lý du lịch CBT ở địa phương cần nâng cao năng lực về: các vấn đề pháp lý (an toàn lao động, an toàn cho du khách, an ninh trật tự), kỹ năng quản lý (về tài chính, nguồn nhân lực), kỹ năng làm việc và đàm phán thương mại với các doanh nghiệp du lịch và hộ nông dân trong cộng đồng, kỹ năng tiếp thị, kỹ năng giám sát và đánh giá, kỹ năng giao tiếp đa văn hóa, kỹ năng quản lý văn hóa và môi trường.

(2) Đối với các nhóm chức năng đón tiếp và hướng dẫn du khách cần được nâng cao về kỹ năng đón khách, kỹ năng tìm hiểu về văn hóa địa phương, kỹ năng sử dụng ngoại ngữ cơ bản, kỹ năng diễn thuyết và hướng dẫn du khách, kỹ năng giao tiếp đa văn hóa...

(3) Đối với các chức năng sản xuất cần được cung cấp kỹ năng phát triển sản phẩm mới phục vụ du lịch và gia tăng giá trị sản phẩm CBT, kỹ năng văn hóa ẩm thực, vệ sinh an toàn thực phẩm, kỹ năng giao tiếp đa văn hóa, kỹ năng tiếp thị...

(4) Đối với các doanh nghiệp du lịch cần được nâng cao về kỹ năng đón khách, kỹ năng đa văn hóa và kỹ năng tiếp thị...

4.2.2.3. Giải pháp liên kết xây dựng đồng bộ hạ tầng du lịch, hạ tầng giao thông góp phần cho du lịch cộng đồng ở vùng đồng bằng sông Cửu Long phát triển

Mặc dù các tuyến giao thông đường bộ, đường thủy, đường hàng không đến vùng ĐBSCL đã và đang được đầu tư nhiều hơn trong mấy năm trở lại

đây, nhưng thực trạng cho thấy mạng lưới kết nối giao thông đường bộ nội vùng chưa đồng bộ và hệ thống trạm dừng chân chưa đáp ứng yêu cầu phát triển du lịch. Kết cấu hạ tầng giao thông nông thôn ở một số nơi chưa đồng bộ, chưa đáp ứng được nhu cầu phát triển của CBT; một số nơi có điều kiện, lợi thế phát triển CBT nhưng giao thông khó kết nối tới điểm đến. Việc phát triển hạ tầng giao thông cần có sự hợp tác, liên kết trong chiến lược phát triển du lịch chung của vùng ĐBSCL. Các bến cảng trên sông cần có khu vực cho du thuyền đưa đón khách du lịch, chứ không chỉ dừng lại việc vận chuyển hàng hóa; bến xe cần bổ sung tiện nghi và thông tin cho khách du lịch.

Mặt khác, ĐBSCL có vị trí địa lý gần các nước Đông Nam Á (Thái Lan, Campuchia, Singapore, Malaysia) nhưng các cảng biển hiện hữu và dự kiến trong Vùng chưa đề cập đến việc thiết kế không gian và tiện nghi để khai thác tàu biển chở hàng ngàn du khách quốc tế đến vùng ĐBSCL.

Vì thế, trên bình diện tổng thể, vùng ĐBSCL cần tăng cường đầu tư, nâng cấp kết cấu hạ tầng du lịch theo hướng xanh, bền vững. Đầu tư hạ tầng giao thông liên kết đồng bộ giữa các địa phương trong Vùng. Đồng thời, tiếp tục thực hiện có hiệu quả chương trình mục tiêu quốc gia về xây dựng nông thôn mới để tận dụng nguồn lực xây dựng nông thôn mới để phát triển hạ tầng giao thông nông thôn vùng sâu, vùng xa.

Mặc dù sở thích của du khách khi đến với CBT ở vùng ĐBSCL là sự trải nghiệm sông nước, miệt vườn, văn hóa và điều kiện tự nhiên vùng nông thôn Tây Nam Bộ, tuy nhiên bài học cho sự thành công của các điểm đến của CBT ở vùng ĐBSCL thường là những nơi có kết nối được hạ tầng giao thông thuận lợi với các khu đô thị, khu kinh tế phát triển để thuận lợi cho việc thiết kế tour, tuyến du lịch, vì du khách đến với du lịch ĐBSCL không chỉ tìm đến với CBT mà còn trải nghiệm các loại hình dịch vụ du lịch khác (ví dụ như CBT Cồn Sơn ở Cần Thơ rất gần với khu đô thị thành phố Cần Thơ, kết nối được hàng không, đường bộ, đường thủy. Có lẽ đây là khu CBT phát triển mạnh mẽ nhất và “đúng nghĩa nhất” về một khu CBT của vùng ĐBSCL trong những năm qua).

Cần đẩy mạnh phát triển các công trình kết cấu hạ tầng và cơ sở vật chất - kỹ thuật phục vụ du lịch, đặc biệt là hạ tầng giao thông, bãi đậu xe, điểm dừng chân, khu vệ sinh công cộng, khu mua sắm, khu vui chơi giải trí, và mua bán đặc sản địa phương... Chú trọng phát triển hệ thống cảng du lịch trên sông Tiền, sông Hậu và cảng du lịch tàu biển tại các tỉnh ven biển. Việc đầu tư này cần có trọng tâm, trọng điểm, tránh dàn trải, hình thức. Cần ưu tiên phát triển các công trình tạo điểm nhấn để thu hút khách du lịch, thông qua đó liên kết mở rộng đến các công trình phục vụ du lịch khác.

4.2.2.4. Giải pháp liên kết phát triển chuỗi giá trị, xây dựng sản phẩm, chương trình du lịch cộng đồng chung của toàn vùng đồng bằng sông Cửu Long

Thực tế cho thấy, khách du lịch lưu lại ít ngày ở vùng ĐBSCL là do vấn đề trùng lặp sản phẩm du lịch nói chung và CBT nói riêng giữa các địa phương. Do đó, cần có sự liên kết giữa các doanh nghiệp du lịch - lữ hành và dịch vụ tại điểm đến để hình thành các chuỗi giá trị. Chuỗi giá trị sẽ đảm bảo các chủ thể tham gia chuỗi đều có lợi ích kinh tế, từ đó các chủ thể sẽ có trách nhiệm cùng nhau sáng tạo ra những sản phẩm, dịch vụ CBT không trùng lặp ở những địa phương khác nhau trong Vùng, đồng thời cũng góp phần quản lý để nâng cao chất lượng sản phẩm, dịch vụ.

Sản phẩm, dịch vụ du lịch là yếu tố quyết định năng lực cạnh tranh, sức hấp dẫn và hiệu quả hoạt động kinh doanh. Vì vậy, việc hợp tác liên kết giữa các chủ thể để phát triển sản phẩm, dịch vụ du lịch có ý nghĩa rất quan trọng. Đặc biệt là liên kết để tạo ra được những sản phẩm đặc thù có tính độc đáo, khác biệt để nâng cao tính cạnh tranh trong tổng thể Vùng. Qua đó, góp phần xây dựng thương hiệu trọng điểm về CBT cho từng tỉnh, thành vùng ĐBSCL.

Các tỉnh, thành vùng ĐBSCL cần quan tâm nhiều hơn nữa công tác bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa, tài nguyên trong cộng đồng để phát triển CBT. Quan tâm công tác trùng tu, bảo tồn các di sản văn hóa như đờn ca tài tử, các lễ hội dân gian Nam Bộ, các nét đặc trưng sông nước như Chợ Nổi,

làng nghề, xóm dân cư đặc sắc vùng đất Nam Bộ (chưa bị ảnh hưởng bởi đô thị hóa)... đây là nguồn tài nguyên vô tận cho du khách đến khai thác, trải nghiệm thực tế dựa vào cộng đồng.

Quá trình liên kết kinh tế giữa các chủ thể để xây dựng sản phẩm CBT cần chú ý đến việc nâng cao chất lượng sản phẩm, dịch vụ du lịch, phát triển sản phẩm mới; tăng cường ứng dụng công nghệ thông tin, triển khai đồng bộ các giải pháp xúc tiến, quảng bá hình ảnh CBT của từng địa phương trong vùng ĐBSCL. Đặc biệt, cần quan tâm phát triển các sản phẩm du lịch đặc thù theo lợi thế cạnh tranh, dựa trên các thế mạnh của từng địa phương.

Chính quyền các tỉnh, thành ở vùng ĐBSCL hợp tác, liên kết với nhau và với các chủ thể có liên quan tổ chức cuộc thi hiến kế, ý tưởng trong việc phát triển các sản phẩm, loại hình dịch vụ CBT cho toàn vùng ĐBSCL. Trên cơ sở các điều kiện tự nhiên, tài nguyên thiên nhiên, đặc điểm văn hóa xã hội, cộng đồng dân cư,... những tiềm năng sẵn có của vùng ĐBSCL, người tham gia dự thi sẽ phát huy ý tưởng sáng tạo trong phát triển CBT ở mỗi tỉnh, thành trong tổng thể Vùng. Chú trọng phát huy ý tưởng sáng tạo và hiến kế của chính người nông dân tại địa phương, bởi họ chính là chủ thể cung cấp dịch vụ du lịch. Qua đó các tỉnh, thành tham khảo hoặc làm cơ sở cho việc hoạch định chiến lược, dự án phát triển du lịch của địa phương nói chung và CBT nói riêng.

Quan tâm cải thiện chất lượng sản phẩm, dịch vụ CBT ở các điểm đến, cơ sở lưu trú, nhà hàng, nơi mua sắm... theo đó tạo dựng sản phẩm đặc trưng, ấn tượng cho du khách. Xây dựng các tour, tuyến CBT hấp dẫn, khoa học trong từng địa phương, liên tỉnh và trong vùng ĐBSCL với lộ trình hợp lý, hài hòa, hấp dẫn. Tăng cường liên kết, hợp tác, phối hợp xây dựng các tour, tuyến du lịch nội vùng, liên địa phương, liên vùng hấp dẫn trên cơ sở khai thác lợi thế của từng địa phương. Đầu tư có chọn lọc các sản phẩm CBT đặc trưng, tạo điểm nhấn, tạo sự khác biệt, không phủ nhận lẫn nhau, góp phần nâng cao

năng lực cạnh tranh cho CBT với các loại hình du lịch khác trong sự phát triển du lịch chung trong tổng thể vùng ĐBSCL.

Thực tế có chuyên gia nhận định và ví dụ lịch xanh ở vùng ĐBSCL như “mỏ vàng” chưa được khai thác đầu tư. Dự báo tương lai các tỉnh, thành ở vùng ĐBSCL đầu tư và khai thác sản phẩm du lịch đặc thù “nông nghiệp” - du lịch nông nghiệp theo chủ trương, định hướng chung của Chính phủ, vì thế CBT gắn với nông nghiệp sẽ là một xu thế trong tương lai. Vì vậy, các tỉnh, thành ở vùng ĐBSCL đang có lợi thế về một “đồng bằng nông nghiệp” cần tranh thủ phát huy lợi thế, cơ hội mới của xu hướng du lịch xanh này trong việc thực hiện các giải pháp phát triển nông nghiệp, du lịch nông nghiệp, xây dựng nông thôn mới gắn với phát triển CBT ở nông thôn.

Sự trải nghiệm của du khách đối với CBT phụ thuộc rất nhiều về môi trường, thái độ của cộng đồng và nhiều dịch vụ khác. Để CBT hoạt động có hiệu quả, các điểm đến của CBT phải tạo cho khách du lịch trải nghiệm những giá trị tuyệt vời. Do vậy, các tỉnh, thành cần quan tâm đến việc quản lý và xây dựng điểm đến. Việc gắn kết các doanh nghiệp du lịch và cộng đồng địa phương sẽ góp phần cải thiện chất lượng dịch vụ ở điểm đến để đáp ứng yêu cầu thị trường du lịch.

Cần chú trọng các chương trình hợp tác, liên kết giữa các điểm du lịch ở địa phương với các địa bàn du lịch khác để hình thành hệ thống các tuyến điểm du lịch, góp phần đa dạng hóa các sản phẩm du lịch, tăng cường thu hút khách du lịch. Các địa phương cần tăng cường hợp tác, liên kết với các doanh nghiệp du lịch để thu hút du khách từ các trung tâm nguồn đến các địa phương có CBT. Phát huy tốt khả năng liên kết, phối hợp với các địa bàn, địa phương, các tỉnh lân cận trong việc xây dựng các chương trình du lịch về nguồn, du lịch sinh thái khám phá thiên nhiên, du lịch văn hóa,... để phát huy được lợi thế của từng địa phương trong Vùng.

4.2.2.5. Giải pháp tổ chức tuyên truyền về liên kết kinh tế, quảng bá và xúc tiến xây dựng thương hiệu du lịch cộng đồng ở vùng đồng bằng sông Cửu Long

Các tỉnh, thành ở vùng ĐBSCL cần tăng cường phối hợp trong việc tuyên truyền để nâng cao nhận thức của các chủ thể tham gia liên kết kinh tế đến các cấp lãnh đạo, quản lý, các tổ chức xã hội, các doanh nghiệp du lịch và người dân nhằm nâng cao nhận thức đúng đắn về hiệu quả của việc liên kết để phát huy tiềm năng, lợi thế phát triển CBT ở địa phương và nhận thức đúng vai trò, trách nhiệm của mình đối với cộng đồng. Qua nhận thức sẽ góp phần hình thành ý tưởng, hành động kinh doanh và đầu tư phát triển CBT.

Cần phát huy vai trò của các tổ chức đoàn thể như: Đoàn thanh niên, Hội phụ nữ... trong việc vận động thanh niên, hội viên cùng gia đình chuyển dịch cơ cấu kinh tế sang làm CBT ở những nơi có tiềm năng. Tuyên truyền nâng cao nhận thức của cộng đồng về lợi ích kinh tế mang lại từ việc chuyển dịch kinh tế sang làm CBT và tăng cường ý thức bảo vệ môi trường cộng đồng, sinh thái, xem việc xây dựng văn hóa CBT là xây dựng hình ảnh quê hương và con người ĐBSCL.

Về quảng bá và xúc tiến thì mỗi tỉnh, thành đều có trung tâm xúc tiến với kinh phí và phương thức hoạt động riêng rẽ. Mỗi trung tâm của từng địa phương dù rất cố gắng nhưng tự thân không có đủ nguồn lực để thực hiện các chiến dịch quảng bá, xúc tiến lớn, vì vậy tác động đến thị trường du lịch còn hạn chế. Giữa các tỉnh, cụm tỉnh cũng đã có các chương trình liên kết, nhưng phần lớn mang tính gặp gỡ, giao lưu. Bên cạnh đó, việc nghiên cứu thị trường để tìm hiểu khách hàng là ai, họ có nhu cầu như thế nào và xu hướng sắp tới đối với loại hình CBT ra sao, cũng là việc cần nhưng chưa được làm có hệ thống. Vì thế, để tạo ra sức mạnh chung cho cả Vùng, trong điều kiện hạn hẹp về ngân sách, các tỉnh, thành ở vùng ĐBSCL nên liên kết nguồn lực để xây dựng một tổ chức xúc tiến du lịch chung, trong đó có sự đóng góp của ngân sách nhà nước và các doanh nghiệp du lịch.

Cần nghiên cứu thị trường, xúc tiến đầu tư, quảng bá hình ảnh của CBT ở vùng ĐBSCL bằng nhiều hình thức, đa dạng hóa các sản phẩm du lịch, quảng bá thương hiệu để phát triển thị trường du lịch quốc tế, thị trường khách trong nước,... khai thác các thế mạnh của Vùng về du lịch, về tổ chức các lễ hội sông nước, đua ghe, chợ nổi, đờn ca tài tử,... Cần ưu tiên giới thiệu về con người, mảnh đất ĐBSCL bởi những nét đặc trưng, đậm chất Tây Nam Bộ, những tiềm năng, lợi thế của từng địa phương và các thông tin cần thiết liên quan đến CBT. Quảng bá, tuyên truyền đa dạng phong phú bằng nhiều hình thức trên mạng internet, truyền thông, tờ rơi,... Tăng cường liên kết với các công ty trong lĩnh vực du lịch, lữ hành để quảng bá hình ảnh các mô hình CBT của các địa phương vào các tour du lịch của công ty.

4.2.2.6. Giải pháp đẩy mạnh hợp tác, liên kết, đàm phán, ký kết bản ghi nhớ, hợp tác ngoại vùng và với các tổ chức quốc tế để phát triển du lịch cộng đồng vùng đồng bằng sông Cửu Long

Chính quyền các tỉnh, thành ở vùng ĐBSCL cần xây dựng nhận thức mới của các tỉnh, thành về lợi ích và trách nhiệm trong liên kết kinh tế cấp Vùng để làm thay đổi mạnh mẽ cách nghĩ, cách làm phù hợp với quá trình tạo ra tính thống nhất trong đa dạng nền kinh tế, văn hóa - xã hội của vùng ĐBSCL. Các tỉnh, thành vùng ĐBSCL cần tìm được tiếng nói và hành động chung, cùng nhau tạo lập chương trình, kế hoạch hợp tác, liên kết cụ thể thông qua các biên bản thỏa thuận, hợp tác, ghi nhớ, các cam kết và hợp đồng trách nhiệm; thiết lập cơ chế kiểm tra, đôn đốc, cung cấp thông tin, giúp nhau trong chỉ đạo điều hành; nghiên cứu việc giao cho tỉnh, thành có vai trò, lợi ích và liên quan nhiều nhất đến lĩnh vực hoặc chương trình hợp tác, liên kết để đứng ra chủ trì, làm đầu mối phối hợp hành động hoặc luân phiên nhau thực hiện.

Các hoạt động hợp tác, liên kết phát triển CBT giữa các tỉnh, thành ở vùng ĐBSCL cần được xây dựng thành các chương trình hành động dài hơi, với sự tham gia của nhiều tỉnh, thành, nhiều bên, tập trung vào các vấn đề công tác quản lý phát triển du lịch. Các chương trình hành động cũng cần đưa

ra các mục tiêu, giải pháp, nguồn lực và kết quả đạt được làm cơ sở triển khai, giám sát việc thực hiện các hoạt động liên kết kinh tế trong phát triển CBT.

ĐBSCL là một trong những vùng bị ảnh hưởng nhiều nhất bởi biến đổi khí hậu nên có nhiều tổ chức quốc tế mong muốn hỗ trợ, vì vậy các tỉnh, thành ở vùng ĐBSCL cần tranh thủ chủ trương của Trung ương và xem hình thức hợp tác này là một kênh quan trọng để tiếp cận liên kết ngoại vùng, phát triển thị trường du lịch, tăng cường hợp tác với các tổ chức quốc tế nhằm tận dụng vốn, kiến thức và kinh nghiệm của họ để phát triển du lịch.

Tăng cường liên kết, hợp tác giữa các địa phương trong nội vùng ĐBSCL, giữa các doanh nghiệp du lịch, các trung tâm du lịch của cả nước, các nước khu vực Đông Nam Á với ĐBSCL nhằm khai thác tốt tiềm năng, thế mạnh của du lịch sông nước nói chung và CBT ở vùng ĐBSCL nói riêng.

4.2.3. Nhóm giải pháp thúc đẩy hoạt động liên kết các chủ thể trong từng địa phương ở vùng đồng bằng sông Cửu Long

4.2.3.1. Nâng cao năng lực cho các chủ thể trong liên kết kinh tế

Năng lực của các chủ thể được thể hiện thông qua trình độ, chuyên môn, nghiệp vụ, kỹ năng, tiềm lực kinh tế, năng lực ứng dụng công nghệ thông tin, năng lực đổi mới sáng tạo, năng lực quản trị, vận hành các hoạt động liên kết kinh tế, năng lực tiếp cận thị trường, năng lực xử lý các vấn đề phát sinh trong hợp tác, liên kết. Do đó nâng cao năng lực cho các chủ thể là việc làm quan trọng để thúc đẩy, mở rộng các hoạt động hợp tác, đảm bảo độ bền vững và tính hiệu quả trong liên kết.

Đối với doanh nghiệp du lịch, trong bối cảnh hiện nay đang có xu hướng cạnh tranh quyết liệt vì thế các doanh nghiệp du lịch cần nâng cao năng lực cạnh tranh. Để nâng cao năng lực, các doanh nghiệp cần: *Một là*, nâng cao chuyên môn, nghiệp vụ, tăng tích lũy vốn mở rộng đầu tư, năng lực đánh giá thị trường để có chiến lược phát triển phù hợp; *Hai là*, không ngừng đổi mới năng lực quản trị doanh nghiệp, xây dựng sản phẩm, phát triển thương hiệu; *Ba là*, tăng cường khả năng thích ứng với bối cảnh kinh doanh

trong điều kiện cách mạng công nghiệp lần thứ tư; *Bốn là*, Nhà nước cần hỗ trợ doanh nghiệp du lịch thông qua các diễn đàn, hội thảo, tọa đàm trao đổi kinh nghiệm, các hoạt động xúc tiến du lịch.

Đối với hộ nông dân, cần bổ sung và nâng cao năng lực về kỹ năng, ngoại ngữ, trình độ quản trị mô hình CBT; nâng cao sự hiểu biết về thị trường du lịch và thị hiếu của du khách; nâng cao nhận thức về các hoạt động hợp tác, liên kết, việc thực hiện các hợp đồng liên kết để bảo vệ lợi ích chính đáng của mình, tránh tình trạng bị doanh nghiệp du lịch “chèn ép” trong phân phối lợi ích có được từ du khách; cần thay đổi tư duy, nhận thức và có tầm nhìn dài hạn, tránh tâm lý ham lợi ích trước mắt mà phá vỡ liên kết.

Về phía nhà nước, chính quyền địa phương tăng cường hoạt động hợp tác, liên kết trong việc hỗ trợ các doanh nghiệp du lịch và hộ nông dân trong việc tiếp cận nguồn vốn, hỗ trợ các hoạt động xúc tiến, quảng bá CBT của địa phương. Phát huy vai trò của hiệp hội du lịch của địa phương, các tổ chức chính trị - xã hội, Ban Quản lý CBT trong việc tuyên truyền, vận động hộ nông dân liên kết với nhau và liên kết với doanh nghiệp du lịch trong các hoạt động hợp tác, liên kết. Tăng cường tuyên truyền để cho các chủ thể thay đổi tư duy, đổi mới sản phẩm CBT phù hợp với bối cảnh mới; tuyên truyền cho hộ nông dân ý thức tuân thủ các thỏa thuận, thỏa ước cộng đồng, thực hiện đúng các cam kết giữa các chủ thể, bỏ tư duy tự phát và rời khỏi liên kết khi có lợi ích trước mắt.

4.2.3.2. Giải quyết hài hòa quan hệ lợi ích trong liên kết kinh tế giữa các chủ thể tham gia phát triển du lịch cộng đồng ở địa phương

Các chủ thể tham gia liên kết mục đích đều mong muốn đảm bảo lợi ích trong các hoạt động liên kết. Việc phân phối lợi ích giữa các chủ thể là hoạt động phức tạp và quyết định nhất để đảm bảo độ bền vững trong các liên kết. Mâu thuẫn về mặt lợi ích là nguyên nhân tiềm ẩn xảy ra tan rã, phá vỡ liên kết giữa các chủ thể, nhất là giữa các hộ nông dân với nhau trong cộng đồng làm CBT. Điều dễ nhận thấy trên thực tế là các hộ nông dân hay có xu

hướng tự phát xây dựng sản phẩm trùng lặp để cạnh tranh với nhau trên tại một khu CBT, bởi vì sản phẩm đó đang được du khách đón nhận nhiều hơn những sản phẩm khác, điều này dễ dẫn đến xói mòn niềm tin, phá vỡ thỏa thuận hợp tác ban đầu (ví dụ thỏa thuận ban đầu là “mỗi hộ một sản phẩm” để cùng nhau hợp tác, liên kết nhằm đa dạng hóa sản phẩm, dịch vụ trong cộng đồng, nhưng vì lợi ích trước mắt các hộ nông dân đã không thực hiện đúng thỏa thuận). Hay tỷ lệ phân chia lợi ích thu được từ du khách của doanh nghiệp du lịch và hộ nông dân không tương xứng, thường dễ nhận thấy trên thực tế, nếu hộ nông dân không chia phần trăm nhiều cho doanh nghiệp du lịch hoặc hướng dẫn viên du lịch thì sẽ không được chủ thể này đưa khách đến tham quan, sử dụng sản phẩm, dịch vụ CBT. Do đó, để đảm bảo liên kết ổn định, bền vững thì phải giải quyết hài hòa quan lợi ích trong liên kết giữa các chủ thể, trên nguyên tắc các bên đều cùng có lợi theo mức độ đóng góp và tuân thủ đúng thỏa thuận, thỏa ước giữa các bên.

Chính quyền địa phương cần phát huy vai trò định hướng, dẫn dắt, là “trọng tài” để đảm bảo hài hòa lợi ích giữa các hộ nông dân với nhau, giữa doanh nghiệp du lịch với nhau và giữa hộ nông dân với doanh nghiệp du lịch, có thể thực hiện việc quản lý thông qua các đơn vị trung gian của CBT như: Ban quản lý CBT địa phương, tổ hợp tác, hợp tác xã,...

Đối với các doanh nghiệp du lịch, cần nhận thức rằng hộ nông dân làm CBT trong cộng đồng là chủ thể chính mang đến lợi ích cho doanh nghiệp du lịch, vì thế cần tôn trọng nông dân và xem trọng lợi ích của hộ nông dân trong quá trình hợp tác.

Đối với hộ nông dân, cần trang bị kiến thức liên kết cho riêng mình, nâng cao kỹ năng, kiến thức thông qua các hoạt động đào tạo, tự đào tạo,... để có “sức đề kháng” khi có tranh chấp, rủi ro phát sinh để có thể tự bảo vệ lợi ích chính đáng của mình và có thể tự mình thương lượng với các chủ thể có liên quan.

4.2.3.3. Hoàn thiện tổ chức hoạt động liên kết giữa các chủ thể tham gia liên kết kinh tế trong phát triển du lịch cộng đồng ở địa phương

Hoạt động hợp tác, liên kết giữa các chủ thể tham gia cần hoàn thiện tổ chức hoạt động theo hướng bảo đảm hài hòa lợi ích cho các chủ thể tham gia. Nếu như các chủ thể chưa tìm được “tiếng nói chung”, tranh chấp, mâu thuẫn không thể tự thỏa thuận giải quyết, cần có “bên thứ 3” khách quan để giải quyết. Do đó, ở địa phương có hoạt động CBT cần hình thành các tổ chức trung gian như: tổ hợp tác, hợp tác xã, Ban quản lý CBT, hoặc Hội quán CBT,... đóng vai trò “thủ lĩnh của cộng đồng” để đứng ra điều hòa các mối quan hệ về mặt lợi ích trên cơ sở thương lượng tập thể.

Hoạt động của các tổ chức này sẽ là cầu nối là chất keo kết dính các chủ thể, tạo sự đồng thuận, thống nhất trong các hoạt động liên kết. Do đó, chính quyền địa phương cần nâng cao nhận thức cho các chủ thể tự nguyện tham gia vào các tổ hợp tác, hợp tác xã, các hiệp hội ngành, nghề, các tổ, nhóm sản xuất,... Chính quyền địa phương cần có chính sách khuyến khích, hỗ trợ đối với các Ban Quản lý CBT, Hội quán CBT, các nhóm ngành, nghề, tổ hợp tác, hợp tác xã để các tổ chức này thực hiện tốt chức năng, vai trò trung gian, kiến tạo cùng nhau phát triển và nhân rộng mô hình CBT hoạt động có hiệu quả khi cần thiết.

4.2.3.4. Đẩy mạnh ứng dụng thành tựu cuộc Cách mạng công nghiệp lần thứ tư nhằm nâng cao hiệu quả thực hiện các liên kết kinh tế trong phát triển du lịch cộng đồng tại vùng đồng bằng sông Cửu Long

“Phát triển du lịch thông minh” đang là xu thế tất yếu để tranh thủ thành tựu của cuộc cách mạng công nghiệp lần thứ tư. Liên kết không gian CBT và tích hợp sản phẩm CBT thông minh nhằm kiến tạo một hệ sinh thái cho khởi nghiệp, đổi mới, sáng tạo góp phần thúc đẩy ngành du lịch phát triển. Vì thế, chính quyền các tỉnh, thành ở vùng ĐBSCL cần đẩy mạnh tận dụng những lợi thế này để chuyển đổi số ngành du lịch, hỗ trợ các chủ thể quảng bá hình ảnh CBT tại cộng đồng. Ứng dụng dịch vụ công nghệ số để thu thập, cung cấp đầy

đủ thông tin, sinh động về các điểm đến, sản phẩm, dịch vụ của CBT ở địa phương. Tích hợp các ứng dụng hỗ trợ du khách tự xây dựng các chương trình, đặt và thanh toán dịch vụ trực tuyến theo nhu cầu cá nhân của du khách; Ứng dụng công nghệ thông tin trong việc tiếp nhận, phản hồi và xử lý thông tin của du khách khi đến với CBT.

Tăng cường đầu tư phát triển hạ tầng kỹ thuật ngành du lịch gắn với “du lịch thông minh” trên cơ sở nền tảng ứng dụng công nghệ số, trí tuệ nhân tạo. Các tỉnh, thành ở vùng ĐBSCL cần nghiên cứu, nâng cấp và vận hành có hiệu quả Cổng thông tin du lịch thông minh, ứng dụng các nền tảng thiết bị di động và các nền tảng công nghệ phổ biến khác để phục vụ hoạt động du lịch.

Ứng dụng công nghệ thông tin, công nghệ số, trí tuệ nhân tạo giúp cung cấp thông tin liên kết giữa các hộ nông dân với nhau, giữa các doanh nghiệp với nhau và giữa hộ nông dân với doanh nghiệp. Đồng thời, chính quyền địa phương cũng thuận lợi và hiệu quả hơn trong công tác quản lý của mình đối với hoạt động du lịch nói chung và CBT nói riêng trên địa bàn.

KẾT LUẬN

CBT là hướng đi mới trong phát triển du lịch hiện đại, có tầm quan trọng đặc biệt đối với vùng ĐBSCL. Sự phát triển của CBT có tác động tích cực đến thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội, nhất là cải thiện thu nhập, tạo việc làm cho người dân và góp phần bảo vệ môi trường sinh thái, bảo tồn và phát huy văn hóa bản địa, quảng bá hình ảnh của vùng ĐBSCL. Tuy nhiên, trong phát triển CBT, liên kết kinh tế có tầm quan trọng đặc biệt, cần được chú trọng trên cơ sở nghiên cứu lý luận và tổng kết thực tiễn để hoạch định và thực thi chính sách phù hợp với điều kiện cụ thể của từng địa phương và toàn vùng.

Nghiên cứu đề tài *“Liên kết kinh tế trong phát triển du lịch cộng đồng ở vùng đồng bằng sông Cửu Long”* cho thấy, liên kết kinh tế của các chủ thể tham gia trong phát triển CBT trên địa bàn vùng, lãnh thổ có sự phân biệt theo phạm vi giữa những địa phương khác nhau trong vùng và trong nội bộ từng địa phương của vùng, do đó để phát huy vai trò của liên kết kinh tế trong phát triển CBT trên địa bàn vùng cần phải làm rõ đặc điểm, nội dung, tiêu chí đánh giá, nhân tố ảnh hưởng đến liên kết kinh tế trong phát triển CBT trên địa bàn vùng, nghiên cứu tham khảo để chất lọc, kế thừa kinh nghiệm trong, ngoài nước về liên kết kinh tế trong phát triển CBT của vùng.

Từ phân tích, đánh giá thực trạng liên kết kinh tế trong phát triển CBT ở vùng ĐBSCL giai đoạn 2019 - 2023 theo các phương diện cơ chế liên kết, kết quả hoạt động liên kết các chủ thể thuộc địa phương khác nhau và trong một số địa phương điển hình ở vùng ĐBSCL về thời gian, độ bền vững, quy mô, mức độ liên kết và hiệu quả của liên kết về mặt kinh tế, văn hóa, xã hội và môi trường cùng những khó khăn, hạn chế, đặc biệt là: CBT đang đứng trên “đôi chân 3 điểm yếu” (3 điểm yếu chính đó là: hạ tầng du lịch, nguồn nhân lực và thiếu cơ chế điều phối liên kết vùng, liên kết chuỗi giá trị, liên kết không gian du lịch...) do sự thiếu vắng “cơ chế pháp lý” rõ ràng và “mô hình chỉ đạo, điều phối” liên kết kinh tế giữa các chủ thể thuộc những địa phương khác nhau trong vùng ĐBSCL; việc liên kết giữa các chủ thể trong cùng một địa phương vẫn còn diễn ra với chu kỳ ngắn, đứt quãng, không ổn định và độ

bền vững không cao, đáng lưu ý là việc phá vỡ hợp đồng hợp tác, liên kết giữa các chủ thể vẫn thỉnh thoảng xảy ra với tỷ lệ lớn; quy mô liên kết, quy mô giá trị hợp đồng vẫn chưa cao; các chủ thể liên kết còn tự phát, cạnh tranh lẫn nhau và dễ dẫn đến xói mòn, chính quyền địa phương chưa thể hiện rõ vai trò, còn lúng túng trong hoạt động quản lý CBT; các chủ thể còn khó khăn trong tiếp cận nguồn vốn; chưa cải thiện nhiều về thu nhập; việc chuyển giao công nghệ, chuyển đổi số vẫn chưa được các chủ thể quan tâm đúng mức; vai trò của nhà nước từng lúc, từng nơi chưa được phát huy; việc liên kết hiện nay chưa thể giải quyết triệt để tình trạng lao động việc làm ở nông thôn.

Để phát huy những kết quả tích cực, khắc phục hạn chế, vượt qua khó khăn thách thức trong liên kết kinh tế nhằm thúc đẩy phát triển CBT ở vùng ĐBSCL giai đoạn đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045 cần phải quán triệt các quan điểm: coi trọng phát huy vai trò của điều phối của chính quyền; đảm bảo tính phù hợp với mục tiêu, định hướng phát triển du lịch cùng vùng; sự gắn kết với phát triển nông nghiệp và xây dựng nông thôn mới; thực hiện tốt các nguyên tắc liên kết kinh tế; chú trọng mối quan hệ giữa các chủ thể hộ nông dân, doanh nghiệp du lịch và chính quyền địa phương; đồng thời tổ chức thực hiện tốt các giải pháp chung về hoàn thiện thể chế, cơ chế, chính sách để thúc đẩy liên kết kinh tế trong phát triển CBT ở vùng ĐBSCL cùng các giải pháp thúc đẩy hoạt động liên kết các chủ thể thuộc địa phương khác nhau cũng như trong từng địa phương ở vùng ĐBSCL.

Vấn đề liên kết kinh tế trong phát triển CBT ở cấp độ vùng của quốc gia nói chung và đối với vùng ĐBSCL nói riêng có nội dung và phạm vi rất rộng, phản ánh những mối quan hệ kinh tế - xã hội vô cùng phức tạp giữa các chủ thể nhiều cấp độ với những lợi ích kinh tế vừa thống nhất vừa mâu thuẫn với nhau trên cơ sở phân công lao động hợp lý để phát huy tối đa tiềm năng lợi thế của từng chủ thể trong sự gắn kết sức mạnh... Mặc dù đã nỗ lực, nhưng do những hạn chế về thời gian và nguồn dữ liệu, kết quả nghiên cứu của luận án không tránh khỏi những khiếm khuyết. Tác giả luận án rất trân quý những góp ý của các nhà khoa học để có thể tiếp tục hoàn thiện, nâng cao chất lượng luận án

**. DANH MỤC CÔNG TRÌNH NGHIÊN CỨU CỦA TÁC GIẢ
ĐÃ CÔNG BỐ KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU LUẬN ÁN**

1. Huỳnh Hải Đăng (2023), “Kinh nghiệm liên kết kinh tế trong phát triển du lịch cộng đồng cho vùng Đồng bằng sông Cửu Long”, *Tạp chí Tài chính* (Kỳ 2 - Tháng 8/2023), tr. 121-124.
2. Huỳnh Hải Đăng (2023), “Kinh nghiệm quốc tế về liên kết kinh tế trong phát triển du lịch cộng đồng”, *Tạp chí Tài chính*. (Kỳ 2 - Tháng 9/2023), tr. 99-102.
3. Huỳnh Hải Đăng (2023), “Liên kết kinh tế trong phát triển du lịch cộng đồng ở vùng Đồng bằng sông Cửu Long: Nghiên cứu trường hợp ở TP.Cần Thơ và Kiên Giang”, *Tạp chí Kinh tế và Dự báo*, (9/2023 - Số 25), tr. 92-95.
4. Huỳnh Hải Đăng (2023), “Tiềm năng, lợi thế và điểm nghẽn của vùng Đồng bằng sông Cửu Long trong phát triển du lịch cộng đồng”, *Tạp chí Kinh tế và Dự báo*, (9/2023 - Số 26), tr. 53-55.

DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

A. Tài liệu tiếng Việt

1. Nhựt An (2023), *Đồng Tháp: Rực rỡ hàng rào bông trang ở vùng quê thanh bình*, <https://vnanet.vn/vi/anh/anh-thoi-su-trong-nuoc-1014/dong-thap-ruc-ro-hang-rao-bong-trang-o-vung-que-thanh-binh-6564353.html>, [truy cập ngày 07/6/2024].
2. Lê Thúy An (2020), *Văn hóa ứng xử với môi trường tự nhiên của người Khmer vùng Đồng bằng sông Cửu Long*, Luận án Tiến sĩ văn hóa học, Trường Đại học Trà Vinh, Trà Vinh.
3. Trần Thị Vân Anh, Nguyễn Thảo Nguyên (2020), “Phát triển du lịch cộng đồng tại thôn Nậm Đăm - xã Quản Bạ - tỉnh Hà Giang”, *Tạp chí Kinh tế và Dự báo*, tr. 76-79.
4. Đào Ngọc Anh (2016), *Bảo tồn và phát huy di sản văn hóa người H'Mông thông qua du lịch cộng đồng ở Bản Sín Chải, huyện Sapa, tỉnh Lào Cai*, Luận án Tiến sĩ Văn hóa học, Viện văn hóa nghệ thuật quốc gia Việt Nam, Hà Nội.
5. Đỗ Quỳnh Anh (2017), “Liên kết phát triển du lịch cộng đồng vùng Tây Bắc”, *Tạp chí nghiên cứu Ấn Độ và Châu Á*, (12), tr. 56-62.
6. Đào Minh Anh, Vũ Nam (2018), “Phát triển du lịch cộng đồng ở Việt Nam - Nghiên cứu điển hình tại làng cổ Đường Lâm và Bản Lác”, *Tạp chí Khoa học kinh tế - Trường Đại học Kinh tế - Đại học Đà Nẵng*, (01), tr.100-112.
7. Ban Chỉ đạo du lịch và tạo dựng hình ảnh địa phương tỉnh Đồng Tháp (2021), *Báo cáo số 81/BC-BCĐ ngày 04/5/2021 tổng kết hoạt động của Ban Chỉ đạo Phát triển du lịch tỉnh Đồng Tháp giai đoạn 2016 - 2020 và phương hướng, nhiệm vụ năm 2021*.
8. Bản đồ Việt Nam (2023), *Bản đồ vùng Đồng bằng sông Cửu Long*, tại

- trang <https://bandovietnam.com.vn/ban-do-dong-bang-song-cuu-long>, [truy cập ngày 11/6/2023].
9. Bộ Chính trị (2022), *Nghị quyết số 13-NQ/TW ngày 02/4/2022 về phương hướng phát triển kinh tế - xã hội, đảm bảo quốc phòng, an ninh vùng Đồng bằng sông Cửu Long đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045*, Hà Nội.
 10. Đào Ngọc Cảnh, Ngô Thị Ái Thi (2018), “Phát triển du lịch nông thôn dựa vào cộng đồng người Khmer ở huyện Tịnh Biên, tỉnh An Giang”, *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ*, (6C), tr. 148-157.
 11. Trung Chánh (2023), *Để sông nước Đồng bằng sông Cửu Long thật sự hấp dẫn du khách*, tại trang <https://www.sgtiepthi.vn/de-song-nuoc-dbscl-that-su-hap-dan-du-khach/>, [truy cập ngày 20/01/2024].
 12. Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam (2023), *Quan hệ hợp tác quốc tế về du lịch ngày càng mở rộng, vị thế du lịch Việt Nam trên thế giới được khẳng định*, tại trang <https://www.mdta.com.vn/lien-ket/lien-ket-hop-tac/quan-he-hop-tac-quoc-te-ve-du-lich-ngay-cang-mo-rong-vi-the-du-lich-viet-nam-tren-the-gioi-duoc-khang-dinh.html>, [truy cập ngày 27/5/2024].
 13. Phùng Lê Dung (2021), *Liên kết kinh tế giữa doanh nghiệp và hộ nông dân ở vùng Đồng bằng sông Hồng*, Luận án Tiến sĩ Kinh tế chính trị, Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh, Hà Nội.
 14. Đảng Cộng sản Việt Nam (2016), *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XII*, NXB. Chính trị quốc gia, Hà Nội.
 15. Đảng Cộng sản Việt Nam (2021), *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII*, NXB. Chính trị quốc gia, Hà Nội, tập I.
 16. Đảng Cộng sản Việt Nam (2021), *Văn kiện Đại hội đại biểu toàn quốc lần thứ XIII*, NXB. Chính trị quốc gia, Hà Nội, tập II.
 17. Trần Linh Đăng (2023), *Thực trạng phát triển du lịch gắn với bảo vệ môi trường vùng Đồng bằng sông Cửu Long*, truy cập tại trang

<https://kinhtevadubao.vn/thuc-trang-phat-trien-du-lich-gan-voi-bao-ve-moi-truong-vung-dong-bang-song-cuu-long-28377.html>, [truy cập ngày 21/5/2024].

18. Phạm Văn Đâu (2007), “Từ cách làm du lịch sinh thái của nông dân Vĩnh Long, nghĩ về sự phát triển du lịch Đồng bằng sông Cửu Long”, *Tạp chí Cộng sản*, (782), tr. 81-83.
19. Lê Văn Đính (2021), “Thực trạng và giải pháp phát triển du lịch cộng đồng ở tỉnh Quảng Nam”, *Tạp chí Khoa học chính trị*, (2), tr. 41-47.
20. Vũ Hương Giang, Đào Ngọc Tiến (2018), “Doanh nghiệp xã hội trong lĩnh vực du lịch cộng đồng tại Việt Nam”, *Tạp chí Kinh tế và Dự báo*, (tháng 10), tr. 46-49.
21. Vũ Hương Giang (2019), *Nghiên cứu phát triển doanh nghiệp xã hội trong lĩnh vực du lịch cộng đồng tại Việt Nam*, Luận án Tiến sĩ Kinh doanh thương mại, Viện nghiên cứu chiến lược, chính sách công thương, Hà Nội.
22. Vũ Hương Giang, Đào Ngọc Tiến (2018), “Doanh nghiệp xã hội trong lĩnh vực du lịch cộng đồng tại Việt Nam”, *Tạp chí Kinh tế và Dự báo*, (tháng 10), tr. 46-49.
23. Nguyễn Hồng Hà, Chung Thị Hoa Lư (2020), “Nâng cao khả năng tham gia mô hình du lịch cộng đồng của hộ dân tại tỉnh Trà Vinh”, *Tạp chí Công Thương*, (14), tr. 131-137.
24. Nguyễn Hồng Hà, Hà Minh Thảo (2020), “Giải pháp phát triển du lịch cộng đồng của hộ gia đình tại huyện đảo Nam Du, tỉnh Kiên Giang”, *Tạp chí Công Thương*, (22), tr. 158-164.
25. Hoàng Ngọc Hải, Chu Thị Lê Anh (2020), *Du lịch cộng đồng ở tỉnh Tuyên Quang*, NXB Lao Động, Hà Nội.
26. Vũ Đức Hạnh (2015), *Nghiên cứu các hình thức liên kết trong tiêu thụ nông sản của hộ nông dân tỉnh Ninh Bình*, Luận án Tiến sĩ Kinh tế nông nghiệp, Học viện Nông nghiệp Việt Nam, Hà Nội.

27. Nguyễn Thị Mỹ Hạnh (2016), *Sự tham gia của cộng đồng địa phương trong phát triển du lịch miền núi: Nghiên cứu điển hình tại Sa Pa, Lào Cai*, Luận án Tiến sĩ Kinh tế du lịch, Trường Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.
28. Nguyễn Thị Mỹ Hạnh (2016), “Về sự tham gia của cộng đồng địa phương vào phát triển du lịch ở Sa Pa”, *Tạp chí Kinh tế và Dự báo*, (tháng 10/2016), tr. 58-61.
29. Thu Hạnh (2022), *Phát triển kinh tế vùng Đồng bằng sông Cửu Long: Khởi dậy động lực*, tại trang <https://www.vietnamplus.vn/phan-trien-kinh-te-vung-dong-bang-song-cuu-long-khoi-day-dong-luc-post787752.vnp>, [truy cập ngày 29/02/2024].
30. Đoàn Thị Mỹ Hằng, Bùi Thị Quỳnh Ngọc (2012), “Phát triển du lịch nông thôn ở vùng Đồng bằng sông Cửu Long: Đường đến cơ cấu kinh tế dịch vụ - nông - công nghiệp”, *Tạp chí Khoa học Đại học Quốc gia, Hà Nội*, (28), tr. 261-268.
31. Hồ Quế Hậu (2013), “Các yếu tố ảnh hưởng đến kết quả thực hiện liên kết doanh nghiệp - nông dân”, *Tạp chí Kinh tế và Phát triển*, (193), tr. 46-53.
32. Hồ Quế Hậu (2015), “Mối quan hệ giữa chất lượng và sự bền vững trong liên kết kinh tế giữa doanh nghiệp với nông dân”, *Tạp chí Kinh tế và Phát triển*, (193), tr. 71-78.
33. Trần Hữu Hiệp (2017), *Liên kết vùng Đồng bằng sông Cửu Long góp phần đảm bảo an ninh lương thực quốc gia*, Luận án Tiến sĩ Kinh tế phát triển, Học viện Khoa học xã hội - Viện Hàn lâm khoa học xã hội Việt Nam, Hà Nội.
34. Hiệp hội du lịch Đồng bằng sông Cửu Long (2023), *Du xuân Đất 9 Rồng - Chào xuân 2023*, Cần Thơ.
35. Hiệp hội du lịch Đồng bằng sông Cửu Long (2024), *Du xuân Đất 9 Rồng - Chào xuân 2024*, Cần Thơ.
36. Lê Minh Hiếu (2017), *Phát triển du lịch ở Đồng Tháp trong hội nhập kinh*

- tế quốc tế*, Luận án Tiến sĩ Kinh tế chính trị, Học viện Khoa học xã hội - Viện Hàn lâm khoa học xã hội Việt Nam, Hà Nội.
37. Huỳnh Thanh Hiếu (2016), *Phát huy vai trò của nông dân trong quá trình xây dựng nông thôn mới ở Đồng bằng sông Cửu Long hiện nay*, Luận án Tiến sĩ Triết học, Học viện Khoa học xã hội - Viện Hàn lâm khoa học xã hội Việt Nam, Hà Nội.
38. Trần Hoàng Hiếu (2020), *Quan hệ lợi ích kinh tế giữa nông dân và doanh nghiệp trong phát triển cánh đồng lớn ở Đồng bằng sông Cửu Long*, Luận án Tiến sĩ Kinh tế chính trị, Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh, Hà Nội.
39. Lê Minh Hoan, Bùi Văn Huyền (2022), *Kinh tế tập thể và liên kết kinh tế nhìn từ mô hình hội quán tỉnh Đồng Tháp*, NXB Chính trị quốc gia sự thật, Hà Nội.
40. Trọng Hoàng (2010), “Mối lo về sức hấp dẫn của du lịch cộng đồng”, *Tạp chí Thương mại*, (25), tr. 28-33.
41. Nguyễn Quang Hợp (2020), “Phát triển du lịch cộng đồng ở khu vực phía Tây tỉnh Hà Giang: Tiềm năng cơ hội và thách thức”, *Tạp chí Kinh tế và quản trị kinh doanh*, (13), tr. 63-69.
42. Đặng Thị Bích Huệ, Lành Ngọc Tú (2020), “Sự tham gia của các hộ dân trong phát triển du lịch cộng đồng tại xã Tả Van, huyện Sa Pa, tỉnh Lào Cai”, *Tạp chí Khoa học và công nghệ Đại học Thái Nguyên*, (7), tr. 45-51.
43. Hoàng Thị Huệ (2020), *Tính dễ bị tổn thương và kết quả sinh kế trong bối cảnh xâm nhập mặn vùng Đồng bằng sông Cửu Long*, Luận án Tiến sĩ quản trị nhân lực, Trường Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.
44. Phạm Huỳnh Minh Hùng (2017), *Phát huy vai trò chủ thể của nông dân trong xây dựng nông thôn mới ở Đồng bằng sông Cửu Long hiện nay*, Luận án Tiến sĩ Triết học, Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh, Hà Nội.

45. Nguyễn Mạnh Hùng (2018), “Xu hướng mới trong liên kết kinh tế vùng”, *Tạp chí Kinh tế và quản lý*, (27), tr. 53-58.
46. Nguyễn Thành Hưng (2021), “Giải pháp thúc đẩy liên kết vùng ở Đồng bằng sông Cửu Long”, *Tạp chí lý luận chính trị*, (3), tr. 91-97.
47. Hứa Tân Hưng, Lưu Thị Sim (2022), *Du lịch cộng đồng Lào Cai thực trạng và triển vọng*, NXB Chính trị quốc gia sự thật, Hà Nội.
48. Nguyễn Thành Hưng (2020), “Liên kết vùng giải pháp cơ bản phát triển nông nghiệp bền vững ở Đồng bằng sông Cửu Long”, *Tạp chí Thông tin khoa học chính trị*, (4), tr. 63-70.
49. Trần Thị Thu Huyền, Hà Thanh Tú (2021), “Sáng tạo trải nghiệm du lịch cộng đồng trong “trạng thái bình thường mới” ở Việt Nam”, *Tạp chí Công Thương*, (3), tr. 217-222.
50. Lê Văn Hữu (2020), *Dân ca trong đời sống văn hóa của người Khmer Đồng bằng sông Cửu Long*, Luận án Tiến sĩ Văn hóa học, Trường Đại học Trà Vinh, Trà Vinh.
51. Đào Thị Minh Hương (2009), “Du lịch cộng đồng và phát triển”, *Tạp chí phát triển nhân lực*, (2), tr. 82-89.
52. Trần Thị Thu Hương (2017), *Nghiên cứu nhân tố liên kết các địa phương trong vùng ở Việt Nam: Trường hợp vùng Đồng bằng sông Cửu Long*, Luận án Tiến sĩ Quản lý kinh tế, Viện nghiên cứu Quản lý kinh tế Trung ương, Hà Nội.
53. Nguyễn Thị Quỳnh Hương, Đỗ Thị Trang, Đỗ Thị Nguyệt Vang và Nguyễn Hoàng Yên (2020), “Các yếu tố tác động đến quyết định tham gia du lịch cộng đồng của người dân địa phương huyện Lâm Bình tỉnh Tuyên Quang”, *Tạp chí Khoa học Đại học Tân Trào*, (16), tr. 102-109.
54. Phạm Thị Hường (2019), “Đánh giá tác động của vốn sinh kế tới phát triển du lịch cộng đồng huyện Ba Vì, Hà Nội”, *Tạp chí Kinh tế và Dự báo*, (tháng 3), tr. 83-86.
55. Trần Việt Khanh, Đỗ Thúy Mùi (2015), “Tiềm năng tự nhiên để phát triển

- du lịch cộng đồng tỉnh Sơn La”, *Tạp chí khoa học và công nghệ*, (11), tr. 167-172.
56. Đặng Trung Kiên (2017), “Vận dụng lý thuyết nấc thang nhu cầu của Maslow đối với phát triển sản phẩm du lịch cộng đồng tiêu vùng Tây Bắc”, *Tạp chí Kinh tế Châu Á - Thái Bình Dương*, (tháng 9/2017), tr. 50-52.
57. Đặng Trung Kiên (2020), *Nghiên cứu một số nhân tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch cộng đồng tiêu vùng Tây Bắc*, Luận án Tiến sĩ Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.
58. Ngô Thị Phương Lan (2019), “Xây dựng sản phẩm du lịch Đắc Nông theo định hướng liên kết vùng”, *Tạp chí Phát triển khoa học và công nghệ - Khoa học xã hội và nhân văn*, (3), tr. 162-172.
59. Lê Thị Lại (2018), “Các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định tham gia du lịch cộng đồng của hộ gia đình ở tỉnh Tiền Giang”, *Tạp chí Kinh tế Châu Á - Thái Bình Dương*, (tháng 10/2018), tr. 45-47.
60. Nguyễn Thanh Lâm, Phạm Đào Ngọc Thảo (2020), “Sự tham gia vào hoạt động du lịch cộng đồng của hộ gia đình tại làng văn hóa du lịch Khmer - Trà Vinh”, *Tạp chí Công Thương*, (25), tr. 246-252.
61. Phí Thị Hồng Linh (2018), *Nghiên cứu liên kết kinh tế trong vùng kinh tế trọng điểm miền Trung*, Luận án Tiến sĩ Kinh tế phát triển, Trường Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.
62. Phong Linh (2024), *Dòng người đổ về Côn Sơn chơi lễ 30.4 và 01.5*, <https://dulich.laodong.vn/tin-tuc/dong-nguoi-do-ve-con-son-choi-le-304-va-15-1334155.html>, [truy cập ngày 07/6/2024]
63. Cửu Long (2020), *7 dự án cao tốc ở Đồng bằng sông Cửu Long*, <https://vnexpress.net/7-du-an-cao-toc-o-dong-bang-song-cuu-long-4172549.html>, [truy cập ngày 08/6/2024].
64. Phạm Văn Luân (2021), *Quản lý di tích lịch sử - văn hóa trong phát triển du lịch ở tỉnh Bến Tre*, Luận án Tiến sĩ Quản lý văn hóa, Viện văn hóa nghệ thuật quốc gia Việt Nam, Hà Nội.

65. Nguyễn Văn Lưu (2010), “Phát huy tiềm năng của cộng đồng người Việt Nam ở nước ngoài để đẩy mạnh phát triển du lịch”, *Tạp chí thông tin đối ngoại*, (T5), tr. 37-41.
66. Nguyễn Văn Lưu (2015), “Du lịch và sự phát triển của cộng đồng”, *Tạp chí Di sản, du lịch và phát triển*, (17), tr. 66-72.
67. Đào Thị Hoàng Mai (2015), *Du lịch nông thôn từ lý luận đến thực tiễn*, NXB Khoa học xã hội, Hà Nội.
68. Nguyễn Hoàng Mai (2023), *Bối cảnh quốc tế và trong nước tác động tới phát triển du lịch Việt Nam trong thời kỳ mới*, tại trang https://itdr.org.vn/nghien_cuu/boi-canhh-quoc-te-va-trong-nuoc-tac-dong-toi-phat-trien-du-lich-viet-nam-trong-thoi-ky-moi/, [truy cập ngày 01/3/2024].
69. Trần Thị Xuân Mai (2017), “Du lịch vùng Đồng bằng sông Cửu Long tiềm năng và giải pháp phát triển”, *Tạp chí Công Thương*, (7), tr. 100-105.
70. Trần Thị Xuân Mai (2019), *Quản lý nhà nước về du lịch tại Đồng bằng sông Cửu Long*, Luận án Tiến sĩ ngành Quản lý công, Học viện hành chính quốc gia, Hà Nội.
71. Hồ Diệu Mai (2018), “Giải pháp quản lý du lịch Đồng bằng sông Cửu Long tầm nhìn đến năm 2030”, *Tạp chí Công Thương*, (11), tr. 316-321.
72. Đỗ Thúy Mùi (2015), “Những giải pháp về nguồn lao động cho phát triển du lịch cộng đồng vùng Tây Bắc”, *Tạp chí Nghiên cứu địa lý nhân văn*, (3), tr. 47-52.
73. Đỗ Thúy Mùi (2015), “Tiềm năng và giải pháp phát triển du lịch cộng đồng ở tỉnh Sơn La”, *Tạp chí Khoa học Đại học Sư phạm Hà Nội*, (5), tr.169-174
74. Đỗ Thúy Mùi (2018), “Xây dựng mô hình và cơ chế quản lý vận hành mô hình du lịch cộng đồng ở vùng Tây Bắc”, *Tạp chí Khoa học xã hội*, (13), tr. 96-107.
75. Tuệ Nam (2011), “Du lịch cộng đồng hướng đi mới cho nông dân”, *Tạp chí Văn hóa nghệ thuật*, (324), tr. 32-36.

76. Vòng Thành Nam (2019), “Tiềm năng phát triển du lịch cộng đồng ở tỉnh Kiên Giang”, *Tạp chí Nghiên cứu kinh tế*, (3), tr.65-72.
77. Nguyễn Thị Thanh Ngân (2001), *Quan hệ hợp tác giữa các bên có liên quan trong phát triển du lịch nông thôn theo hướng bền vững: Nghiên cứu trường hợp tại tỉnh Lâm Đồng*, Luận án Tiến sĩ Quản lý kinh tế, Trường Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.
78. Thái Thảo Ngọc (2016), “Lợi ích và các định hướng sự phát triển du lịch cộng đồng tại Quảng Nam”, *Tạp chí Khoa học Đại học Sư phạm thành phố Hồ Chí Minh*, (2), tr. 191-199.
79. Nguyễn Trọng Nhân (2019), *Chợ nổi và khai thác chợ nổi phục vụ mục đích du lịch ở Đồng bằng sông Cửu Long*, Luận án Tiến sĩ Địa lý học, Trường Đại học sư phạm Hà Nội, Hà Nội.
80. Phạm Lê Hồng Nhung, Nguyễn Nhật Minh và Đinh Công Thành (2021), “Phát triển du lịch cụm Cần Thơ - Sóc Trăng - Bạc Liêu - Cà Mau theo hướng liên kết mạng lưới các điểm du lịch”, *Tạp chí Khoa học thương mại*, (149+150), tr. 25-34.
81. Dương Thị Hồng Nhung (2010), “Giải pháp nhằm phát triển du lịch có trách nhiệm tại Việt Nam”, *Tạp chí Thương Mại*, (36), tr. 7-9.
82. Nguyễn Hồng Nhung (2023), *Liên kết kinh tế trong phát triển du lịch ở tỉnh Vĩnh Phúc*, Luận án Tiến sĩ Kinh tế Chính trị, Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh, Hà Nội.
83. Nguyễn Quốc Nghi, Nguyễn Thị Bảo Châu và Trần Ngọc Lành (2012), “Các nhân tố ảnh hưởng đến quyết định tham gia tổ chức du lịch cộng đồng của người dân ở tỉnh An Giang”, *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ*, (23b) tr. 194-202.
84. Xuân Nghi (2024), *Triển vọng phát triển vùng đồng bằng sông Cửu Long*, tại trang <https://vneconomy.vn/trien-vong-phat-trien-vung-dong-bang-song-cuu-long.htm>, [truy cập ngày 21/5/2024].

85. Nguyễn Nghị (2012), “Doanh nghiệp và nông dân ở Đồng bằng sông Cửu Long”, *Tạp chí Khoa học xã hội*, (10), tr. 9-21.
86. Hiếu Nghĩa (2021), *Ăn nên làm ra nhờ du lịch cộng đồng*, <https://baocantho.com.vn/an-nen-lam-ra-nho-du-lich-cong-dong-a132862.html>, [truy cập ngày 07/6/2024].
87. Ngô Nguyễn Hiệp Phước (2018), *Quản lý nhà nước về du lịch trên địa bàn thành phố Cần Thơ trong hội nhập quốc tế*, Luận án Tiến sĩ Quản lý kinh tế, Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh, Hà Nội.
88. Nguyễn Hoàng Phương (2017), *Phát triển du lịch Đồng bằng sông Cửu Long trong hội nhập quốc tế*, Luận án Tiến sĩ Kinh tế chính trị, Trường Đại học Kinh tế thành phố Hồ Chí Minh, Thành phố Hồ Chí Minh.
89. Lê Phương (2020), *Liên kết doanh nghiệp và nông dân ứng dụng công nghệ cao trong sản xuất nông nghiệp tỉnh Nghệ An*, Luận án Tiến sĩ Kinh tế phát triển, Học viện Khoa học xã hội - Viện Hàn lâm khoa học xã hội Việt Nam, Hà Nội.
90. Nguyễn Lan Phương (2019), *Phát triển sản phẩm du lịch đặc thù vùng núi phía Bắc*, NXB Thể thao và Du lịch, Hà Nội.
91. Nguyễn Thanh Phương (2020), *Liên kết kinh tế giữa doanh nghiệp và nông hộ trong sản xuất cây công nghiệp dài ngày trên địa bàn tỉnh Đắk Lắk*, Luận án Tiến sĩ Quản lý Kinh tế, Học viện Khoa học xã hội - Viện Hàn lâm khoa học xã hội Việt Nam, Hà Nội.
92. Bùi Cẩm Phượng (2019), “Nghiên cứu các nguồn lực tác động đến phát triển du lịch cộng đồng theo hướng bền vững tại xã Hương Sơn, huyện Mỹ Đức, thành phố Hà Nội”, *Tạp chí Công Thương*, (8), tr. 306-311.
93. Nguyễn Thị Minh Phượng, Thái Thị Kim Oanh (2020), *Liên kết phát triển du lịch liên tỉnh miền Trung Việt Nam*, NXB Chính trị quốc gia sự thật, Hà Nội.
94. Nguyễn Phước Quý Quang (2017), “Phát triển du lịch bền vững thành phố Cần Thơ đến năm 2020”, *Tạp chí nghiên cứu khoa học và phát triển kinh tế Trường Đại học Tây Đô*, (01), tr. 19-29.

95. Trần Xuân Quang (2020), *Liên kết phát triển du lịch vùng Bắc Trung Bộ*, Luận án Tiến sĩ Quản lý kinh tế, Học viện Khoa học xã hội - Viện Hàn lâm khoa học xã hội Việt Nam, Hà Nội.
96. Lê Thị Bích Quang (2021), *Phát triển du lịch cộng đồng bền vững từ góc nhìn lý thuyết các bên liên quan nghiên cứu điển hình ở khu vực Tây Bắc Việt Nam*, Luận án Tiến sĩ Quản lý kinh tế, Trường Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.
97. Tâm Quân (2023), *Hậu Giang: Phân ra 4 cụm để phát triển du lịch cộng đồng*, <https://nld.com.vn/du-lich-xanh/hau-giang-phan-ra-4-cum-de-phat-trien-du-lich-cong-dong-20231114151255395.htm>, [truy cập ngày 08/6/2024].
98. Võ Quế (2006), *Du lịch cộng đồng - Lý thuyết và vận dụng*, NXB Nghệ An, Nghệ An.
99. Quốc hội (2017), *Luật Du lịch số 09/2017/QH14 ngày 19/6/2017*.
100. Vũ Ngọc Quyên (2018), “Liên kết dọc giữa doanh nghiệp và nông dân: Lý thuyết và một số điển hình tại Việt Nam”, *Tạp chí thông tin khoa học xã hội*, (5), tr. 14-20.
101. Nguyễn Hữu Quỳnh, Mai Hữu Khuê (2001), *Từ điển thuật ngữ Kinh tế học*, NXB Từ điển Bách khoa, Hà Nội.
102. Đặng Thị Thanh Quỳnh (2021), *Đánh giá giá trị dịch vụ hệ sinh thái rừng vùng núi tỉnh An Giang*, Luận án Tiến sĩ Phát triển nông thôn, Viện nghiên cứu phát triển Đồng bằng sông Cửu Long, Trường Đại học Cần Thơ, Cần Thơ.
103. Nguyễn Thành Sang (2020), *Nâng cao năng lực cạnh tranh điểm đến du lịch ở Bạc Liêu*, Luận án Tiến sĩ Quản trị kinh doanh, Khoa Kinh tế - Trường Đại học Cần Thơ, Cần Thơ.
104. Sở văn hóa thể thao và Du lịch tỉnh Tiền Giang (2022), *Phát triển du lịch cộng đồng loại hình du lịch có trách nhiệm tại Tiền Giang*, tại trang <https://svhttdl.tiengiang.gov.vn/du-lich/>

/asset_publisher/q4Cf4MmQJ5eE/content/phat-trien-du-lich-cong-ong-loai-hinh-du-lich-co-trach-nhiem-tai-tien-giang, [truy cập ngày 21/01/2024].

105. Phùng Thế Tám (2015), *Liên kết du lịch - Hàng không giá rẻ trong hội nhập kinh tế quốc tế ở Việt Nam*, Luận án Tiến sĩ Kinh tế chính trị, Trường Đại học Kinh tế thành phố Hồ Chí Minh, Thành phố Hồ Chí Minh.
106. Phạm Thị Hồng Tân, Huỳnh Thị Kim Phụng (2018), “Đẩy mạnh hợp tác liên kết du lịch cụm các tỉnh phía Tây vùng Đồng bằng sông Cửu Long”, *Tạp chí Đại học Cửu Long*, (12), tr. 58-65.
107. Nguyễn Việt Thái (2008), “Giải pháp phát triển liên kết du lịch giữa ba địa phương Hà Nội - Hải Phòng - Quảng Ninh”, *Tạp chí Khoa học thương mại*, (27), tr. 28-41.
108. Nguyễn Vĩnh Thanh, Nguyễn Văn Hồng (2017), “Liên kết kinh tế trong thị trường nông thôn ở Đồng bằng sông Hồng”, *Tạp chí Giáo dục lý luận*, (259), tr. 55-61.
109. Nguyễn Công Thảo (2019), “Một mô hình, nhiều con đường: Bài học từ hoạt động du lịch cộng đồng ở huyện A Lưới, tỉnh Thừa Thiên Huế”, *Tạp chí Dân tộc học*, (3), tr. 24-32.
110. Nguyễn Công Thảo, Nguyễn Thị Thanh Bình (2019), “Du lịch cộng đồng trên thế giới: Một số vấn đề lý luận và thực tiễn”, *Tạp chí Khoa học Xã hội Việt Nam*, (7), tr. 41-47.
111. Nguyễn Công Thảo (2020), “Trở ngại hay nguồn lực: Hai cách nhìn về phát triển du lịch cộng đồng của người Chăm ở An Giang”, *Tạp chí Dân tộc học*, (1), tr. 59-67.
112. Nguyễn Phú Thắng (2019), *Phát triển du lịch tỉnh An Giang trong liên kết vùng phụ cận*, Luận án Tiến sĩ Địa lý học, Trường Đại học Sư phạm thành phố Hồ Chí Minh, Thành phố Hồ Chí Minh.
113. Nguyễn Huỳnh Phước Thiện (2021), *Chiến lược Marketing địa phương nhằm thúc đẩy phát triển du lịch thành phố Cần Thơ*, Luận án Tiến sĩ Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Cần Thơ, Cần Thơ.

114. Hà Thị Thoa (2017), *Giải pháp phát triển du lịch Tiền Giang trong hội nhập kinh tế quốc tế*, Luận án Tiến sĩ Kinh tế chính trị, Học viện Khoa học xã hội - Viện Hàn lâm khoa học xã hội Việt Nam, Hà Nội.
115. Nguyễn Bảo Thoa (2015), *Những điều cần biết về phát triển du lịch cộng đồng*, NXB Văn hóa dân tộc, Hà Nội.
116. Trịnh Thị Thu, Phạm Quốc Trí, Phạm Văn Chiến và Hoàng Thị Thu Hương (2020), “Sự tham gia của người dân trong phát triển du lịch nông thôn dựa vào cộng đồng ở vùng Bắc Trung Bộ”, *Tạp chí Khoa học xã hội miền Trung*, (4), tr. 14-24.
117. Nguyễn Thị Thúy (2019), *Liên kết doanh nghiệp và nông dân để phát triển ngành trồng trọt tỉnh Thái Bình trong bối cảnh hội nhập quốc tế*, Luận án Tiến sĩ Kinh tế phát triển, Học viện Khoa học xã hội - Viện Hàn lâm khoa học xã hội Việt Nam, Hà Nội.
118. Thủ tướng Chính phủ (2011), *Quyết định số 2473/QĐ-TTg ngày 30/12/2011 phê duyệt “chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030*, Hà Nội.
119. Thủ tướng Chính phủ (2016), *Quyết định số 2227/QĐ-TTg ngày 18/11/2016 phê duyệt quy hoạch tổng thể phát triển du lịch vùng Đồng bằng sông Cửu Long đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030*, Hà Nội.
120. Thủ tướng Chính phủ (2020), *Quyết định số 825/QĐ-TTg ngày 12/6/2020 về việc thành lập và ban hành Quy chế hoạt động của Hội đồng điều phối vùng đồng bằng sông Cửu Long giai đoạn 2020 - 2025*, Hà Nội.
121. Thủ tướng Chính phủ (2022), *Quyết định số 287/QĐ-TTg ngày 28/02/2022 phê duyệt Quy hoạch vùng Đồng bằng sông Cửu Long thời kỳ 2021 - 2030, tầm nhìn đến năm 2050*, Hà Nội.
122. Thủ tướng Chính phủ (2022), *Quyết định số 922/QĐ-TTg ngày 02/8/2022 phê duyệt phê duyệt Chương trình phát triển du lịch nông*

thôn trong xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2021 - 2025, Hà Nội.

123. Thủ tướng Chính phủ (2023), *Quyết định số 974/QĐ-TTg ngày 19/8/2023 về việc thành lập Hội đồng điều phối vùng đồng bằng sông Cửu Long*, Hà Nội.
124. Dương Trần Thanh Thủy (2019), “Phát triển du lịch Đồng bằng sông Cửu Long: Khó khăn, thách thức và giải pháp phát triển”, *Tạp chí Công Thương*, (14), tr. 108-116.
125. Vương Mạnh Toàn (2020), “Một số giải pháp phát triển du lịch sinh thái cộng đồng ở huyện Bá Thước, tỉnh Thanh Hóa”, *Tạp chí Kinh tế Châu Á - Thái Bình Dương*, (tháng 7/2020), tr. 24-26.
126. Trần Thị Huyền Trang (2016), “Các yếu tố ảnh hưởng đến mối quan hệ hợp tác giữa công ty du lịch và các nhà cung cấp”, *Tạp chí Kinh tế Châu Á - Thái Bình Dương*, (tháng 11/2016), tr. 46-49.
127. Trần Thị Huyền Trang (2017), *Các yếu tố ảnh hưởng đến mối quan hệ hợp tác của công ty lữ hành với các nhà cung cấp trong chuỗi cung ứng du lịch*, Luận án Tiến sĩ Quản lý kinh tế (Kinh tế du lịch), Trường Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.
128. Đặng Huyền Trang (2018), *Liên kết kinh tế giữa sản xuất với chế biến và tiêu thụ cà phê bền vững - Nghiên cứu tại tỉnh Sơn La*, Luận án Tiến sĩ Kinh tế nông nghiệp, Trường Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.
129. Ngô Thị Huyền Trang (2020), *Nghiên cứu sự tham gia của người dân trong quản lý phát triển du lịch nông thôn vùng Đông Bắc Việt Nam*, Luận án Tiến sĩ Quản lý kinh tế, Trường Đại học Kinh tế và Quản trị kinh doanh - Đại học Thái Nguyên, Thái Nguyên.
130. Ngô Thị Huyền Trang (2021), *Sự tham gia của người dân trong quản lý phát triển du lịch nông thôn vùng Đông Bắc Việt Nam*, NXB Đại học Thái Nguyên, Thái Nguyên.
131. Lê Khắc Trí (2005), “Doanh nghiệp cần tăng cường liên kết để cạnh tranh và phát triển”, *Tạp chí Tài chính doanh nghiệp*, (5), tr. 23-24.

132. Minh Triết (2023), *Năm 2023, doanh thu từ du lịch vùng Đồng bằng sông Cửu Long ước đạt 35.000 tỷ đồng*, tại trang <https://congly.vn/nam-2023-doanh-thu-tu-du-lich-vung-dbscl-uoc-dat-35-000-ty-dong-413922.html>, [truy cập ngày 20/01/2024].
133. Trung tâm phát triển du lịch thành phố Cần Thơ (2022), *Đến Côn Sơn ở Cần Thơ thò tay xuống đung cá Koi, xem cá lóc bay, một người Hải Phòng hé lộ điều này*, https://canthotourism.vn/vi/detailnews/?t=den-con-son-o-can-tho-tho-tay-xuong-dung-ca-koi-xem-ca-loc-bay-mot-nguoi-hai-phong-he-lo-dieu-nay&id=nspirituality_93, [truy cập ngày 07/6/2024].
134. Nguyễn Minh Tuân (2019), “Các nhân tố ảnh hưởng và giải pháp đẩy mạnh liên kết phát triển vùng du lịch trong bối cảnh hiện nay”, *Tạp chí Khoa học Đại học Sư phạm Hà Nội*, (5), tr.157-164.
135. Nguyễn Minh Tuân (2020), “Các yếu tố ảnh hưởng và giải pháp đẩy mạnh liên kết phát triển du lịch trong bối cảnh hiện nay”, *Tạp chí Kinh tế và phát triển*, (279), tr. 58-64.
136. Hà Anh Tuấn, Cao Thị Thu Hà (2021), “Phát triển du lịch cộng đồng bền vững: Điểm sáng từ du lịch ở Mai Châu, tỉnh Hòa Bình”, *Tạp chí Kinh tế Châu Á - Thái Bình Dương*, (tháng 3/2021), tr. 39-41.
137. Ủy ban nhân dân tỉnh Hậu Giang (2023), *Quyết định số 1939/QĐ-UBND ngày 09/11/2023 về việc phê duyệt Đề án phát triển du lịch cộng đồng trên địa bàn tỉnh Hậu Giang đến năm 2025, định hướng đến năm 2030*, Hậu Giang.
138. Ủy ban nhân dân tỉnh Kiên Giang (2022), *Quyết định số 1613/QĐ-UBND ngày 29/6/2022 phê duyệt Đề án phát triển du lịch cộng đồng trên địa bàn tỉnh Kiên Giang giai đoạn 2021 - 2025, định hướng đến năm 2030*, Kiên Giang.
139. Ủy ban nhân dân tỉnh Thanh Hóa - Trường Đại học văn hóa, thể thao và du lịch Thanh Hóa (2016), “Thanh Hóa và liên kết phát triển du lịch

- quốc gia, quốc tế”, *Kỷ yếu Hội thảo khoa học quốc tế*, NXB Nghệ An, Nghệ An.
140. Hà Thị Hồng Vân (2017), “Liên kết kinh tế vùng Tây Nguyên”, *Tạp chí Khoa học Xã hội Việt Nam*, (3), tr. 21-25.
141. Nguyễn Công Viện (2020), *Nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của khách du lịch cộng đồng vùng Tây Bắc*, Luận án Tiến sĩ Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Kinh tế Quốc dân, Hà Nội.
142. Lê Quang Vinh (2020), *Phát triển kinh tế hộ nông dân đồng bào dân tộc Khmer vùng Đồng bằng sông Cửu Long đến năm 2030*, Luận án tiến sĩ kinh tế chính trị, Trường Đại học Kinh tế thành phố Hồ Chí Minh, Thành phố Hồ Chí Minh.
143. Lương Minh Việt (2014), “Liên kết kinh tế vùng hướng tới phát triển kinh tế xã hội bền vững”, *Tạp chí Thông tin và dự báo kinh tế - xã hội*, (105), tr. 27-32.
144. VCCI và Julbright (2020), Báo cáo kinh tế thường niên Đồng bằng sông Cửu Long năm 2020: *Năng cao năng lực cạnh tranh để phát triển bền vững*, NXB Đại học Cần Thơ, Cần Thơ.
145. VCCI và Julbright (2022), Báo cáo kinh tế thường niên Đồng bằng sông Cửu Long năm 2022: *Chuyển đổi mô hình phát triển và Quy hoạch tích hợp*, NXB Đại học Cần Thơ, Cần Thơ.
146. VCCI (2023), *Báo cáo tình hình kinh tế - xã hội vùng ĐBSCL năm 2023*, tại trang <https://vccimekong.com.vn/vi/ban-tin-vcci-can-tho/bao-cao-tinh-hinh-kinh-te-xa-hoi-vung-dbscl-nam-2023>, [truy cập ngày 21/5/2024].
147. VCCI và Julbright (2023), Báo cáo kinh tế thường niên Đồng bằng sông Cửu Long năm 2023: *Các nút thắt thể chế, quản trị và liên kết vùng*, NXB Đại học Cần Thơ, Cần Thơ.
148. V.I.Lênin (1979), Toàn tập, NXB Tiến bộ, Mátxcova.
149. Bùi Thị Hải Yến (Chủ biên) và các cộng sự (2012), *Du lịch cộng đồng*, NXB Giáo dục Việt Nam, Hà Nội.

B. Tài liệu tiếng Anh

150. Amran Hamzah (2014), *Chapter 47: Critical Success Factors for Creating Community-Based Tourism*, The Wiley Blackwell Companion to Tourism, First Edition. Edited by Alan A. Lew, C. Michael Hall, and Allan M. Williams, tại trang <https://doi.org/10.1002/9781118474648.ch47>, [truy cập ngày 18/7/2021].
151. Andrea Giampiccoli and Janet Hayward Kalis (2012), *Tourism, Food, and Culture: Community-Based Tourism, Local Food, and Community Development in Mpondolan*, Culture, Agriculture, Food and Environment Vol.34, Issue 2 pp. 101-123, tại trang <https://doi.org/10.1111/j.2153-9561.2012.01071.x>, [truy cập ngày 18/7/2021].
152. Andrea Yanes, Seweryn Zielinski, Marlenny Diaz Cano and Seong-il Kim (2019), *Community-Based Tourism in Developing Countries: A Framework for Policy Evaluation*, Sustainability, tại trang <https://www.mdpi.com/search?q=doi%3A10.3390%2Fsu11092506>, [truy cập ngày 18/7/2021].
153. Arunasalam Sambhanthan, Alice Good (2013), A second life based virtual community model for enhancing tourism destination accessibility in developing countries, Int. J. Collaborative Enterprise, tại trang <https://www.inderscience.com/info/inarticle.php?artid=58623>, [truy cập ngày 18/7/2021].
154. Cristina Bittar Rodrigues & Bruce Prideaux (2017), *A management model to assist local communities developing community-based tourism ventures: a case study from the Brazilian Amazon*, Journal of Ecotourism, tại trang <http://dx.doi.org/10.1080/14724049.2017.1309045>, [truy cập ngày 18/7/2021].
155. Gabriela Izurieta, Alexandra Torres, Javier Patinno, Cristian Vasco, Liette Vasseur, Héctor Reyes and Bolier Torres (2021), *Exploring*

- community and key stakeholders' perception of scientific tourism as a strategy to achieve SDGs in the Ecuadorian Amazon*, Tourism Management Perspectives, tại trang <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2021.100830>, [truy cập ngày 18/7/2021].
156. Jessica Mendoza-Moheno, Erika Cruz-Coria and Tomas F González-Cruz (2021), *Socio-technical innovation in community-based tourism organizations: A proposal for local development*, Technological Forecasting & Social Change, tại trang <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2021.120949>, [truy cập ngày 18/7/2021].
157. Joram Ndlovu (2014), *Governance, Capacity and Devolution of Community based Tourism Enterprises in Namibia: Emerging Insights for Human Development*, Indian Journal of Human Development, Vol. 8, No. 2, tại trang <https://doi.org/10.1177/0973703020140205>, [truy cập ngày 18/7/2021].
158. Kathrin Forstner (2004), *Community Ventures and Access to Markets: The Role of Intermediaries in Marketing Rural Tourism Products*, Development Policy Review, tại trang <https://doi.org/10.1111/j.1467-7679.2004.00262.x>, [truy cập ngày 18/7/2021].
159. M Basyuni, Y Bimantara, M Siagian, R Wati, B Slamet, N Sulistiyono, A Nuryawan and R Leidonad (2018), *Developing community-based mangrove management through eco-tourism in North Sumatra, Indonesia*, IOP Conf. Series: Earth and Environmental Science. tại trang https://www.researchgate.net/publication/323820754_Developing_community-based_mangrove_management_through_eco-tourism_in_North_Sumatra_Indonesia/fulltext/5aac65d00f7e9b4897bc9798/Developing-community-based-mangrove-management-through-eco-tourism-in-North-Sumatra-Indonesia.pdf, [truy cập ngày 18/7/2021].
160. Putu Chris Susanto, Evan Max Ray, Diana R. Indahningtyas, Vivilia Setiawan, dan Arfah Khayat (2016), *Peran sektor keempat dalam*

- pariwisata berbasis masyarakat (community-based tourism)*, Universitas Dhyana Pura, tại trang <http://ssrn.com/abstract=2794328>, [truy cập ngày 18/7/2021].
161. Rachel Dodds, Alisha Ali & Kelly Galaski (2016), *Mobilizing knowledge: determining key elements for success and pitfalls in developing communitybased tourism*, Current Issues in Tourism, tại trang <http://dx.doi.org/10.1080/13683500.2016.1150257>, [truy cập ngày 18/7/2021].
162. Regina M. Thetsane (2019), *Local Community Participation in Tourism Development: The Case of Katse Villages in Lesotho*, Athens Journal of Tourism - Volume 6, Issue 2 - pp. 123-140, tại trang <https://doi.org/10.30958/ajt.6-2-4>, [truy cập ngày 18/7/2021].
163. Robin Naidoo, Piet Beytell, Andrew Malherbe, Angus Middleton, Juliette Perche and Jeff R. Muntifering (2021), *Heterogeneous consumer preferences for local community involvement in nature-based tourism drive triple-bottomline gains*, Conservation Science and Practice, tại trang <https://doi.org/10.1111/csp2.425>, [truy cập ngày 18/7/2021].
164. Salem Al-Oun and Majd Al-Homoud (2008), *The Potential for Developing Community-based Tourism among the Bedouins in the Badia of Jordan*, Journal of Heritage Tourism, tại trang <http://dx.doi.org/10.1080/1743873X.2008.9701249>, [truy cập ngày 18/7/2021].
165. Seweryn Zielinski, Yoonjeong Jeong and Celene B. Milanés (2020), *Factors that influence community-based tourism (CBT) in developing and developed countries*, Tourism Geographies An International Journal of Tourism Space, Place and Environment, tại trang <https://doi.org/10.1080/14616688.2020.1786156>, [truy cập ngày 18/7/2021].

166. Seweryn Zielinski, Yoonjeong Jeong, Seong-il Kim and Celene B. Milanés (2020), *Why Community-Based Tourism and Rural Tourism in Developing and Developed Nations are Treated Differently? A Review*, Sustainability, tại trang <https://www.mdpi.com/2071-1050/12/15/5938>, [truy cập ngày 18/7/2021].
167. Seweryn Zielinski, Seong-il Kim, Camilo Botero and Andrea Yanes (2020), *Factors that facilitate and inhibit communitybased tourism initiatives in developing countrie*, Current Issues in Tourism, tại trang <https://doi.org/10.1080/13683500.2018.1543254>, [truy cập ngày 18/7/2021].
168. Yu-Chih Lo1, Pidpong Janta (2020), *Resident's Perspective on Developing Community-Based Tourism - A Qualitative Study of Muen Ngoen Kong Community, Chiang Mai, Thailand*, Frontiers in Psychology, tại trang <https://www.frontiersin.org/articles/10.3389/fpsyg.2020.01493/full>, [truy cập ngày 18/7/2021].

PHỤ LỤC
CÁC PHIẾU KHẢO SÁT, ĐIỀU TRA XÃ HỘI HỌC

Phụ lục 1
PHIẾU KHẢO SÁT
HỘ NÔNG DÂN THAM GIA PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỘNG ĐỒNG

Kính chào ông/bà/anh/chị,

Tôi đang làm luận án tiến sĩ ngành Kinh tế chính trị tại Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh với đề tài: “Liên kết kinh tế trong phát triển du lịch cộng đồng ở vùng đồng bằng sông Cửu Long”, ông/bà/anh/chị vui lòng giúp tôi trả lời các câu hỏi khảo sát dưới đây!

Thông tin ông/bà/anh/chị cung cấp sẽ rất có ích cho việc đề xuất các giải pháp liên kết kinh tế phát triển du lịch cộng đồng và cải thiện đời sống nông hộ ở địa phương. Mọi thông tin ông/bà/anh/chị cung cấp đều được tuyệt đối giữ kín và chỉ phục vụ cho mục đích nghiên cứu. Xin chân thành cảm ơn sự giúp đỡ! Để xứng hô được ngắn gọn, từ đây xin phép gọi chung là anh/chị.

Ghi chú: Các từ viết tắt sau đây được sử dụng trong phiếu khảo sát: Liên kết kinh tế (LKKT); Hộ nông dân (HND); Doanh nghiệp du lịch (DN DL); Du lịch cộng đồng (DLCD); Đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL).

Phần I: THÔNG TIN CHUNG VỀ HỘ NÔNG DÂN

1. Thông tin chung về người đại diện HND (hộ gia đình) trả lời phiếu khảo sát
 - Tên nông hộ đặt để làm du lịch (Ví dụ: Homstay, Nhà vườn, Ấm thực):
 - Địa chỉ (ghi rõ cấp xã, huyện, tỉnh):
 - Họ và tên người đại diện trả lời phiếu khảo sát:
 - Giới tính: 1. Nam; 2. Nữ.
 - Tuổi: 1. 18 - 28; 2. Từ 29 - 39; 3. Từ 40 - 50; 4. Từ 50 trở lên.
 - Dân tộc:
 - Tôn giáo:
 - Trình độ học vấn:
 - 1. Tiểu học; 2. Trung học cơ sở; 3. Trung học phổ thông; 4. Trung cấp nghề; 5. Cao đẳng; 6. Đại học; 7. Trên đại học; 8. Khác:
2. Hộ gia đình có bao nhiêu nhân khẩu:
3. Nghề nghiệp tạo nguồn thu nhập chính cho hộ gia đình:
 - 1. Trồng lúa; 2. Làm vườn; 3. Chăn nuôi; 4. Nghề thủ công; 5. Nuôi thủy sản; 6. Đánh bắt thủy sản; 7. Làm du lịch cộng đồng; 8. Khác:
4. Thu nhập có đảm bảo tài chính cho gia đình:
 - 1. Rất không đảm bảo; 2. Không đảm bảo; 3. Bình thường; 4. Đảm bảo; 5. Rất đảm bảo.

Phần II. TÌNH HÌNH LIÊN KẾT KINH TẾ CỦA HỘ NÔNG DÂN TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỘNG ĐỒNG

Nếu gia đình anh/chị đã hoặc đang tham gia làm du lịch cộng đồng thì trả lời các câu khảo sát ở Phần II.A;

Phần II.A. Phần dành cho hộ gia đình đã hoặc đang tham gia làm du lịch cộng đồng

5. Gia đình anh/chị bắt đầu làm du lịch cộng đồng từ năm:

6. Nguồn thông tin gia đình anh/chị nắm bắt thị trường du lịch:
 1. Báo chí; 2. Tivi, radio; 3. Internet; 4. Chính quyền; 5. DNDL;
 6. Người thân, hàng xóm; 7. Khác:.....
7. Hình thức gia đình anh/chị tham gia làm du lịch cộng đồng:
 1. Điềm vườn du lịch; 2. Homestay (cho khách nghỉ tại nhà dân); 3. Dịch vụ ăn uống; 4. Bán đặc sản, quà lưu niệm; 5. Làm việc cho công ty du lịch
 6. Khác:
8. Khó khăn của gia đình anh/chị khi làm du lịch cộng đồng:
 1. Không khó khăn; 2. Thiếu vốn; 3. Thiếu kiến thức về du lịch; 4. Thiếu kỹ năng; 5. Thiếu ngoại ngữ; 6. Thiếu lao động; 7. Khó hợp tác, liên kết với các hộ gia đình khác trong cộng đồng; 8. Khó hợp tác, liên kết với DNDL (công ty du lịch, lữ hành); 9. Chưa nhận được sự quan tâm, hỗ trợ từ phía nhà nước; 10. Khó thu hút được khách du lịch; 11. Khác:
9. Nhận xét về cách làm du lịch cộng đồng tại địa phương hiện nay:
 1. Rất kém; 2. Kém; 3. Trung bình; 4. Tốt; 5. Rất tốt
10. Khó khăn trong phát triển du lịch cộng đồng:
 1. Các HND hoạt động tự phát, cạnh tranh lẫn nhau; 2. Chưa có sự hỗ trợ, quản lý của chính quyền sở tại; 3. Chưa có sự hợp tác, liên kết với DNDL;
 4. Chưa có nguồn khách ổn định, thường xuyên đến với du lịch cộng đồng;
 5. Khác:
11. Gia đình anh/chị mong muốn được hỗ trợ gì để làm du lịch cộng đồng:
 1. Hỗ trợ về vốn; 2. Hỗ trợ về kiến thức và kỹ năng du lịch; 3. Hỗ trợ về thủ tục pháp lý; 4. Hỗ trợ tìm lượng khách ổn định; 5. Hỗ trợ nghiệp vụ từ phía DNDL (công ty du lịch, lữ hành); 6. Hỗ trợ quảng cáo dịch vụ du lịch cộng đồng; 7. Hỗ trợ về tuyển dụng lao động có kinh nghiệm; 8. Khác:.....
12. Gia đình anh/chị đã đón khách thì chủ yếu là:
 1. Khách trong nước; 2. Khách quốc tế; 3. Khách đoàn; 4. Khách lẻ;
 5. Khách đi theo gia đình; 6. Khác:
13. Mức độ ổn định của lượng khách đến với du lịch cộng đồng tại địa phương hiện nay:
 1. Rất không ổn định; 2. Không ổn định; 3. Bình thường; 4. Ổn định;
 5. Rất ổn định.
14. Đánh giá cơ chế hỗ trợ và phát huy vai trò của nhà nước trong quá trình LKKT giữa nông dân và DNDL trong phát triển du lịch cộng đồng:
 1. Rất không hỗ trợ và chưa phát huy vai trò; 2. Chưa hỗ trợ và chưa phát huy vai trò; 3. Bình thường; 4. Hỗ trợ và cơ bản phát huy vai trò; 5. Rất hỗ trợ và phát huy vai trò.
15. Việc hợp tác, LKKT giữa gia đình anh/chị với hộ gia đình khác trong cộng đồng để làm du lịch cộng đồng có cần thiết ký kết hợp đồng không?
 1. Rất không cần thiết; 2. Không cần thiết; 3. Bình thường; 4. Cần thiết; 5. Rất cần thiết.
16. Đánh giá mức độ đảm bảo thực hiện hợp đồng đã ký kết giữa gia đình anh/chị với hộ gia đình khác trong cộng đồng khi tham gia hợp tác, liên kết phát triển du lịch cộng đồng:
 1. Rất không đảm bảo; 2. Không đảm bảo; 3. Bình thường; 4. Đảm bảo; 5. Rất đảm bảo.
17. Việc phân chia lợi nhuận giữa gia đình anh/chị với hộ gia đình khác trong cộng đồng khi tham gia hợp tác, liên kết làm du lịch cộng đồng có đảm bảo đúng nguyên tắc không?
 1. Rất không đảm bảo; 2. Không đảm bảo; 3. Bình thường; 4. Đảm bảo; 5. Rất đảm bảo.

18. Khi xảy ra rủi ro trong việc thực hiện hợp đồng giữa gia đình anh/chị với hộ gia đình khác trong cộng đồng thì:

1. Tự đàm phán giải quyết;
2. Các bên cùng chia sẻ rủi ro;
3. Nhờ bên trung gian hoặc hòa giải của chính quyền địa phương;
4. Châm dứt hợp đồng, không tiếp tục hợp tác, liên kết;
5. Căn cứ tính pháp lý của hợp đồng giải quyết.

19. Có tranh chấp xảy ra khi thực hiện hợp đồng giữa gia đình anh/chị với hộ gia đình khác trong cộng đồng khi tham gia hợp tác, liên kết làm du lịch cộng đồng không?

1. Rất thường xuyên;
2. Thường xuyên;
3. Bình thường;
4. Thỉnh thoảng xảy ra;
5. Không xảy ra tranh chấp.

20. Khi có xảy ra tranh chấp trong việc thực hiện hợp đồng giữa gia đình anh/chị với hộ gia đình khác thì:

1. Tự đàm phán giải quyết;
2. Căn cứ tính pháp lý của hợp đồng giải quyết nộp phạt theo định mức nộp phạt;
3. Hòa giải của chính quyền địa phương;
4. Khởi kiện ra tòa;
5. Cắt hợp đồng, không tiếp tục hợp tác, liên kết.

21. Việc hợp tác, LKKT giữa gia đình anh/chị với DNDL để làm du lịch cộng đồng có cần thiết ký kết hợp đồng không?

1. Rất không cần thiết;
2. Không cần thiết;
3. Bình thường;
4. Cần thiết;
5. Rất cần thiết.

22. Đánh giá mức độ đảm bảo thực hiện hợp đồng giữa gia đình anh/chị với DNDL khi tham gia hợp tác, liên kết làm du lịch cộng đồng:

1. Rất không đảm bảo;
2. Không đảm bảo;
3. Bình thường;
4. Đảm bảo;
5. Rất đảm bảo.

23. Việc phân chia lợi nhuận giữa gia đình anh/chị với DNDL khi tham gia hợp tác, liên kết làm du lịch cộng đồng có đảm bảo nguyên tắc không?

1. Rất không đảm bảo;
2. Không đảm bảo;
3. Bình thường;
4. Đảm bảo;
5. Rất đảm bảo.

24. Có tranh chấp xảy ra khi thực hiện hợp đồng giữa gia đình anh/chị với DNDL khi tham gia hợp tác, liên kết làm du lịch cộng đồng không?

1. Rất thường xuyên;
2. Thường xuyên;
3. Bình thường;
4. Thỉnh thoảng xảy ra;
5. Không xảy ra tranh chấp.

25. Khi có xảy ra tranh chấp trong việc thực hiện hợp đồng giữa gia đình anh/chị với DNDL thì:

1. Tự đàm phán giải quyết;
2. Căn cứ tính pháp lý của hợp đồng giải quyết nộp phạt theo định mức nộp phạt;
3. Hòa giải của chính quyền địa phương;
4. Khởi kiện ra tòa;
5. Cắt hợp đồng, không tiếp tục hợp tác, liên kết.

26. Khi xảy ra rủi ro trong việc thực hiện hợp đồng giữa gia đình anh/chị với DNDL thì gia đình anh/chị có được hỗ trợ từ phía doanh nghiệp không?

1. Rất không quan tâm;
2. Không được hỗ trợ;
3. Thỉnh thoảng;
4. Thường xuyên;
5. Rất thường xuyên.

27. Khi có xảy ra tranh chấp trong việc thực hiện hợp đồng giữa gia đình anh/chị với các hộ gia đình khác trong cộng đồng hoặc với DNDL thì nhà nước:

1. Rất không quan tâm;
2. Không quan tâm, để các chủ thể giải quyết;
3. Đứng ngoài những tranh chấp;
4. Hòa giải;
5. Rất quan tâm và đứng ra xử lý.

28. Để giảm thiểu và kiểm soát, hạn chế rủi ro, gia đình anh/chị có thường xuyên giữ mối liên hệ chặt chẽ, thông tin thông suốt, đảm bảo tính khả thi trong việc triển khai các điều khoản hợp đồng đã ký kết với các bên liên quan không?

1. Rất không quan tâm; 2. Không thường xuyên; 3. Thỉnh thoảng;
4. Thường xuyên; 5. Rất thường xuyên
- 29.** Ban Quản lý du lịch cộng đồng có phối hợp với các hộ gia đình và DNDL xây dựng cơ chế ràng buộc để đảm bảo các chủ thể thực hiện được quyền và nghĩa vụ của mình trong hợp tác, liên kết không?
1. Có; 2. Không; 3. Chưa có Ban Quản lý du lịch cộng đồng.
- 30.** Nếu Ban Quản lý du lịch cộng đồng có phối hợp với các hộ gia đình và DNDL xây dựng cơ chế ràng buộc để đảm bảo các chủ thể thực hiện được quyền và nghĩa vụ của mình trong hợp tác, liên kết thì việc thực hiện các cơ chế ràng buộc này có hiệu quả không?
1. Rất không hiệu quả; 2. Không hiệu quả; 3. Ít hiệu quả; 4. Hiệu quả; 5. Rất hiệu quả.
- 31.** Gia đình anh/chị có được chính quyền địa phương, các tổ chức chính trị - xã hội tuyên truyền về hợp tác, liên kết trong phát triển du lịch cộng đồng không?
1. Rất không quan tâm; 2. Không được tuyên truyền; 3. Thỉnh thoảng;
4. Thường xuyên; 5. Rất thường xuyên.
- 32.** Gia đình anh/chị đã được chính quyền địa phương, các tổ chức chính trị - xã hội tuyên truyền về về hợp tác, liên kết trong phát triển du lịch cộng đồng qua các hình thức, phương thức nào sau đây?
1. Tổ chức giao lưu giữa DNDL và địa phương; 2. Thông qua mạng xã hội; 3. Báo chí; 4. Phát thanh, truyền hình, radio; 5. Thông qua các hoạt động xúc tiến du lịch tại địa phương, các hoạt động chào mừng các ngày lễ, các sự kiện quan trọng của địa phương; 6. Thông qua việc phối hợp tổ chức đón các đoàn vào địa phương khảo sát, giới thiệu sản phẩm, tạo điều kiện cho các DNDL có cơ hội giới thiệu dự án đầu tư, giới thiệu sản phẩm, tiếp thị bán hàng; 7. Khác:.....
- 33.** Nếu gia đình anh/chị đã được chính quyền địa phương, các tổ chức chính trị - xã hội tuyên truyền về về hợp tác, liên kết trong phát triển du lịch cộng đồng, thì việc tuyên truyền này có hiệu quả không?
1. Rất không hiệu quả; 2. Không hiệu quả; 3. Ít hiệu quả; 4. Hiệu quả; 5. Rất hiệu quả.
- 34.** Gia đình anh/chị với các hộ gia đình khác và DNDL có thường xuyên hợp tác, liên kết xây dựng sản phẩm du lịch đặc thù của địa phương không?
1. Rất không quan tâm; 2. Không quan tâm; 3. Thỉnh thoảng; 4. Thường xuyên; 5. Rất thường xuyên.
- 35.** Gia đình anh/chị đã tham gia lớp bồi dưỡng, tập huấn ngắn hạn về du lịch cộng đồng do nhà nước, các tổ chức chính trị - xã hội, các cơ sở đào tạo hoặc các DNDL hỗ trợ tổ chức?
1. Đã tham gia 1 lần; 2. Tham gia từ 2 lần trở lên; 3. Chưa tham gia; 4. Tự đào tạo thông qua sự hỗ trợ của DNDL qua diễn đàn, tọa đàm, trao đổi, hợp tác giữa các bên; 5. Không có thông tin, không có đơn vị nào tổ chức.
- 36.** Gia đình anh/chị có tham gia cùng cộng đồng, cùng với nhà nước, DNDL (chủ trương nhà nước và nhân dân cùng làm trong xây dựng nông thôn mới) để phát triển hạ tầng giao thông, hạ tầng phục vụ phát triển du lịch cộng đồng:
1. Rất không quan tâm; 2. Không quan tâm; 3. Thỉnh thoảng; 4. Thường xuyên; 5. Rất thường xuyên.
- 37.** Gia đình anh/chị có được nhà nước làm cầu nối với các DNDL để ký kết và thực hiện các hợp đồng hợp tác, liên kết làm du lịch cộng đồng:
1. Rất không quan tâm; 2. Không quan tâm; 3. Thỉnh thoảng; 4. Thường xuyên; 5. Rất thường xuyên.

- 38.** Mức độ thường xuyên hợp tác, liên kết của gia đình anh/chị với hộ gia đình khác để trong cộng đồng để làm du lịch cộng đồng:
1. Rất không hợp tác, liên kết; 2. Không hợp tác, liên kết; 3. Thỉnh thoảng; 4. Thường xuyên; 5. Rất thường xuyên
- 39.** Mức độ hiệu quả hợp tác, liên kết của hộ gia đình anh/chị với hộ gia đình khác để trong cộng đồng để làm du lịch cộng đồng:
1. Rất không hiệu quả; 2. Không hiệu quả; 3. Ít hiệu quả; 4. Hiệu quả; 5. Rất hiệu quả
- 40.** Mức độ thường xuyên hợp tác, liên kết của gia đình anh/chị với DNDL (công ty du lịch, lữ hành) để làm du lịch cộng đồng:
1. Rất không hợp tác, liên kết; 2. Không hợp tác, liên kết; 3. Thỉnh thoảng; 4. Thường xuyên; 5. Rất thường xuyên
- 41.** Mức độ hiệu quả hợp tác, liên kết của hộ gia đình anh/chị với DNDL (công ty du lịch, lữ hành) để làm du lịch cộng đồng:
1. Rất không hiệu quả; 2. Không hiệu quả; 3. Ít hiệu quả; 4. Hiệu quả; 5. Rất hiệu quả.
- 42.** Gia đình anh/chị có được hỗ trợ từ phía nhà nước để phát triển du lịch cộng đồng:
1. Rất không quan tâm; 2. Không được hỗ trợ; 3. Thỉnh thoảng; 4. Thường xuyên; 5. Rất thường xuyên
- 43.** Đánh giá chung về mức độ hiệu quả về sự hỗ trợ của nhà nước đối với gia đình anh/chị để làm du lịch cộng đồng:
1. Rất không hiệu quả; 2. Không hiệu quả; 3. Ít hiệu quả; 4. Hiệu quả; 5. Rất hiệu quả.
- 44.** Thời gian hợp tác, liên kết giữa gia đình anh/chị với các hộ gia đình khác trong cộng đồng diễn ra với chu kỳ:
1. Chu kỳ hợp tác, liên kết dài; 2. Chu kỳ hợp tác, liên kết ngắn; 3. Chu kỳ hợp tác, liên kết thường xuyên bị đứt quãng, không ổn định; 4. Chu kỳ hợp tác, liên kết ổn định, không bị đứt quãng, ổn định; 5. Chu kỳ hợp tác, liên kết không ổn định mà phụ thuộc vào tính chất, yêu cầu của quá trình hợp tác liên quan tính đặc thù của du lịch cộng đồng (yếu tố khách quan, yếu tố chủ quan tác động đến du lịch cộng đồng).
- 45.** Thời gian hợp tác, liên kết giữa gia đình anh/chị với các DNDL (công ty du lịch, lữ hành) diễn ra với chu kỳ:
1. Chu kỳ hợp tác, liên kết dài; 2. Chu kỳ hợp tác, liên kết ngắn; 3. Chu kỳ hợp tác, liên kết thường xuyên bị đứt quãng, không ổn định; 4. Chu kỳ hợp tác, liên kết ổn định, không bị đứt quãng, ổn định; 5. Chu kỳ hợp tác, liên kết không ổn định mà phụ thuộc vào tính chất, yêu cầu của quá trình hợp tác liên quan tính đặc thù của du lịch cộng đồng (yếu tố khách quan, yếu tố chủ quan tác động đến du lịch cộng đồng).
- 46.** Tỷ lệ phá vỡ hợp đồng hợp tác, liên kết giữa gia đình anh/chị với các hộ gia đình khác trong cộng đồng:
1. Rất thường xuyên; 2. Thường xuyên; 3. Thỉnh thoảng; 4. Ổn định, không phá vỡ hợp đồng; 5. Rất ổn định, không phá vỡ hợp đồng.
- 47.** Tỷ lệ phá vỡ hợp đồng hợp tác, liên kết giữa gia đình anh/chị với các DNDL (công ty du lịch, lữ hành):
1. Rất thường xuyên; 2. Thường xuyên; 3. Thỉnh thoảng; 4. Ổn định, không phá vỡ hợp đồng; 5. Rất ổn định, không phá vỡ hợp đồng.
- 48.** Hiện nay gia đình anh/chị đang hợp tác, liên kết với bao nhiêu hộ gia đình khác trong

- cộng đồng: (hộ). Quy mô này có tăng so với trước đây không? 1. Có; 2. Không.
- 49.** Hiện nay gia đình anh/chị đang hợp tác, liên kết với bao nhiêu DNDL để làm du lịch cộng đồng: (DNDL). Quy mô này có tăng so với trước đây không? 1. Có; 2. Không.
- 50.** Tổng giá trị các hợp đồng kinh tế mà gia đình anh/chị hợp tác, liên kết với hộ gia đình khác trong cộng đồng trong một năm: (đơn vị: triệu đồng). Tổng giá trị hợp đồng này có tăng so với những năm trước đây không? 1. Có; 2. Không.
- 51.** Tổng giá trị các hợp đồng kinh tế mà gia đình anh/chị hợp tác liên kết với DNDL trong một năm: (đơn vị: triệu đồng). Tổng giá trị hợp đồng này có tăng so với những năm trước đây không? 1. Có; 2. Không.
- 52.** Trong quá trình gia đình anh/chị tham gia hợp tác, liên kết với hộ gia đình khác hoặc với DNDL có nhận được sự tham gia của các đơn vị trung gian (Ban Quản lý du lịch cộng đồng, Hội phụ nữ, Đoàn thanh niên,...) không? 1. Có; 2. Không.
- 53.** Gia đình anh/chị có được nhà nước, DNDL hỗ trợ vốn, đầu tư cơ sở vật chất, hạ tầng trong quá trình làm du lịch cộng đồng. Nếu có thì tỷ lệ hỗ trợ có cao hơn so với khi chưa hợp tác, liên kết?
1. Không được hỗ trợ; 2. Thấp hơn so với trước; 3. Bình thường;
 4. Cao hơn so với trước; 5. Rất cao so với trước.
- 54.** Gia đình anh/chị đã hoàn thành nghĩa vụ trả nợ đầu tư do nhà nước, DNDL hỗ trợ vốn, đầu tư cơ sở vật chất, hạ tầng trong quá trình làm du lịch cộng đồng?
1. Chưa hoàn thành; 2. Hoàn thành một phần; 3. Hoàn thành.
- 55.** Thu nhập, lợi nhuận của gia đình anh/chị có tăng hơn so với trước khi hợp tác, liên kết với hộ gia đình khác trong cộng đồng, với DNDL và nhà nước?
1. Không tăng so với trước; 2. Thấp hơn so với trước; 3. Bình thường;
 4. Tăng hơn so với trước; 5. Rất tăng cao so với trước.
- 56.** Gia đình anh/chị được nhà nước và DNDL hỗ trợ chuyển giao công nghệ, chuyển đổi số để làm du lịch cộng đồng so với trước khi hợp tác, liên kết?
1. Không được hỗ trợ; 2. Hỗ trợ ít hơn so với trước; 3. Bình thường;
 4. Hỗ trợ hơn so với trước; 5. Rất được hỗ trợ so với trước.
- 57.** Gia đình anh/chị có ứng dụng công nghệ, chuyển đổi số vào hoạt động làm du lịch cộng đồng so với trước khi hợp tác, liên kết?
1. Không ứng dụng; 2. Đang nghiên cứu để ứng dụng; 3. Bình thường;
 4. Ứng dụng nhiều hơn so với trước; 5. Rất được ứng dụng nhiều hơn so với trước.
- 58.** Lực lượng lao động trong gia đình anh/chị có được giải quyết việc làm khi hợp tác, liên kết làm du lịch cộng đồng ở địa phương:
1. Không được giải quyết việc làm; 2. Giải quyết việc làm ít; 3. Bình thường;
 4. Được giải quyết việc làm; 5. Được giải quyết việc làm rất hiệu quả.
- 59.** Gia đình anh/chị có tiếp cận được nguồn vốn để làm du lịch cộng đồng nhờ vào hợp tác, liên kết:
1. Không có thông tin; 2. Không được tiếp cận; 3. Thỉnh thoảng;
 4. Thường xuyên; 5. Rất thường xuyên.
- 60.** Đánh giá về nhận thức của người dân trong cộng đồng về bảo vệ, giữ gìn, tôn tạo cảnh quan thiên nhiên, văn hóa, bảo vệ, cải tạo môi trường:
1. Rất không có ý thức; 2. Không có ý thức; 3. Bình thường; 4. Có ý thức; 5. Rất có ý thức.
- 61.** Đánh giá về mức độ hiệu quả và cải thiện về các vấn đề môi trường khi hợp tác, liên kết làm du lịch cộng đồng:
1. Rất không hiệu quả; 2. Không hiệu quả; 3. Bình thường; 4. Hiệu quả; 5. Rất hiệu quả.

Phần II.B. Phần dành cho hộ gia đình chưa tham gia làm du lịch cộng đồng

1. Gia đình anh/chị có được chính quyền địa phương, các tổ chức chính trị - xã hội tuyên truyền về hợp tác, liên kết trong phát triển du lịch cộng đồng không?

1. Rất không quan tâm; 2. Không được tuyên truyền; 3. Thỉnh thoảng;
4. Thường xuyên; 5. Rất thường xuyên.

2. Gia đình anh/chị đã được chính quyền địa phương, các tổ chức chính trị - xã hội tuyên truyền về về hợp tác, liên kết trong phát triển du lịch cộng đồng qua các hình thức, phương thức nào sau đây?

1. Tổ chức giao lưu giữa DNDL và địa phương; 2. Thông qua mạng xã hội; 3. Báo chí; 4. Phát thanh, truyền hình, radio; 5. Thông qua các hoạt động xúc tiến du lịch tại địa phương, các hoạt động chào mừng các ngày lễ, các sự kiện quan trọng của địa phương; 6. Thông qua việc phối hợp tổ chức đón các đoàn vào địa phương khảo sát, giới thiệu sản phẩm, tạo điều kiện cho các DNDL có cơ hội giới thiệu dự án đầu tư, giới thiệu sản phẩm, tiếp thị bán hàng.
7. Khác:.....

3. Nếu gia đình anh/chị đã được chính quyền địa phương, các tổ chức chính trị - xã hội tuyên truyền về về hợp tác, liên kết trong phát triển du lịch cộng đồng, thì việc tuyên truyền này có hiệu quả không?

1. Rất không hiệu quả; 2. Không hiệu quả; 3. Ít hiệu quả; 4. Hiệu quả; 5. Rất hiệu quả.

4. Hộ gia đình có dự định tham gia làm du lịch cộng đồng trong thời gian tới không?

1. Tuyệt đối không; 2. Không có dự định; 3. Bình thường (không quan tâm); 4. Sẽ tham gia; 5. Chắc chắn sẽ tham gia.

5. Nếu hộ gia đình có dự định tham gia làm du lịch cộng đồng trong thời gian tới thì có sẵn sàng hợp tác, liên kết với hộ gia đình khác trong cộng đồng để làm du lịch không?

1. Rất không sẵn sàng; 2. Không sẵn sàng; 3. Vẫn bình thường (không quan tâm); 4. Sẵn sàng; 5. Rất sẵn sàng.

6. Nếu hộ gia đình có dự định tham gia làm du lịch cộng đồng trong thời gian tới thì có sẵn sàng hợp tác, liên kết với DNDL để làm du lịch không?

1. Rất không sẵn sàng; 2. Không sẵn sàng; 3. Vẫn bình thường (không quan tâm); 4. Sẵn sàng; 5. Rất sẵn sàng.

7. Nếu hộ gia đình có dự định tham gia làm du lịch cộng đồng trong thời gian tới thì có mong muốn nhận được hỗ trợ từ phía nhà nước để làm du lịch không?

1. Rất không cần; 2. Không cần hỗ trợ; 3. Vẫn bình thường (không quan tâm); 4. Mong muốn; 5. Rất mong muốn.

8. Nhận xét về cách làm du lịch cộng đồng tại địa phương hiện nay:

1. Rất kém; 2. Kém; 3. Trung bình; 4. Tốt; 5. Rất tốt

9. Khó khăn trong phát triển du lịch cộng đồng ở địa phương:

1. Các HND hoạt động tự phát, cạnh tranh lẫn nhau; 2. Chưa có sự hỗ trợ, quản lý của chính quyền sở tại; 3. Chưa có sự hợp tác, liên kết với DNDL; 4. Chưa có nguồn khách ổn định, thường xuyên đến với du lịch cộng đồng; 5. Khác:

10. Khó khăn của các hộ gia đình làm du lịch cộng đồng:

1. Không khó khăn; 2. Thiếu vốn; 3. Thiếu kiến thức về du lịch; 4. Thiếu kỹ năng; 5. Thiếu ngoại ngữ; 6. Thiếu lao động; 7. Khó hợp tác, liên kết với các hộ gia đình khác trong cộng đồng; 8. Khó hợp tác, liên kết với DNDL (công ty du lịch, lữ hành); 9. Chưa nhận được sự quan tâm, hỗ trợ từ phía nhà nước; 10. Khó thu hút được khách du lịch; 11. Khác:

- 11.** Mức độ ổn định của lượng khách đến với du lịch cộng đồng tại địa phương hiện nay:
1. Rất không ổn định; 2. Không ổn định; 3. Bình thường; 4. Ổn định;
5. Rất ổn định.
- 12.** Đánh giá về nhận thức của người dân trong cộng đồng về bảo vệ, giữ gìn, tôn tạo cảnh quan thiên nhiên, văn hóa, bảo vệ, cải tạo môi trường:
1. Rất không có ý thức; 2. Không có ý thức; 3. Bình thường; 4. Có ý thức; 5. Rất có ý thức.
- 13.** Đánh giá về mức độ hiệu quả và cải thiện về các vấn đề môi trường khi hợp tác, liên kết làm du lịch cộng đồng:
1. Rất không hiệu quả; 2. Không hiệu quả; 3. Bình thường; 4. Hiệu quả; 5. Rất hiệu quả.
- 14.** Lực lượng lao động trong gia đình anh/chị có được giải quyết việc làm khi địa phương phát triển du lịch cộng đồng:
1. Không được giải quyết việc làm; 2. Giải quyết việc làm ít; 3. Bình thường; 4. Được giải quyết việc làm; 5. Được giải quyết việc làm rất hiệu quả.

XIN CẢM ƠN QUÝ GIA ĐÌNH ĐÃ HỖ TRỢ, GIÚP ĐỠ!

Phụ lục 2

**PHIẾU KHẢO SÁT DOANH NGHIỆP DU LỊCH
THAM GIA PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỘNG ĐỒNG**

Kính chào Quý Doanh nghiệp,

Tôi đang làm luận án tiến sĩ ngành Kinh tế chính trị tại Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh với đề tài: “Liên kết kinh tế trong phát triển du lịch cộng đồng ở vùng đồng bằng sông Cửu Long”, Quý Doanh nghiệp vui lòng giúp tôi trả lời các câu hỏi khảo sát dưới đây!

Thông tin Quý Doanh nghiệp cung cấp sẽ rất có ích cho việc đề xuất các giải pháp phát triển du lịch cộng đồng nói chung và mở ra cơ hội phát triển thị trường du lịch cộng đồng cho Quý doanh nghiệp trong tương lai. Mọi thông tin Quý doanh nghiệp cung cấp đều được tuyệt đối giữ kín và chỉ phục vụ cho mục đích nghiên cứu. Xin chân thành cảm ơn sự giúp đỡ!

Từ “Doanh nghiệp” sử dụng trong phiếu khảo sát này được hiểu là Công ty du lịch, lữ hành hoặc các công ty, doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực du lịch (gọi chung là doanh nghiệp du lịch).

Ghi chú: Các từ viết tắt sau đây được sử dụng trong phiếu khảo sát: Liên kết kinh tế (LKKT); Hộ nông dân (HND); Doanh nghiệp du lịch (DNDL); Du lịch cộng đồng (DLCĐ); Đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL).

Phần I: THÔNG TIN CHUNG VỀ DOANH NGHIỆP

1. Thông tin chung về người đại diện doanh nghiệp trả lời phiếu khảo sát

- Họ và tên người đại diện doanh nghiệp trả lời phiếu khảo sát:
- Giới tính: 1. Nam; 2. Nữ.
- Tuổi: 1. 18 - 28; 2. Từ 29 - 39; 3. Từ 40 - 50; 4. Từ 50 trở lên.
- Dân tộc:.....
- Tôn giáo:.....
- Trình độ học vấn:
 - 1. Tiểu học; 2. Trung học cơ sở; 3. Trung học phổ thông; 4. Trung cấp nghề; 5. Cao đẳng; 6. Đại học; 7. Trên đại học; 8. Khác:
- Chức vụ hoặc lĩnh vực phụ trách tại doanh nghiệp:

2. Thông tin chung về doanh nghiệp:

- Tên doanh nghiệp:
- Địa chỉ trụ sở doanh nghiệp:.....
- Năm bắt đầu hoạt động:
- Lĩnh vực hoạt động, kinh doanh của doanh nghiệp:
- Số lượng nhân viên:
- Lượng khách bình quân/năm (đơn vị tính: lượt du khách):

Phần II. TÌNH HÌNH LIÊN KẾT KINH TẾ CỦA DOANH NGHIỆP TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỘNG ĐỒNG

3. Khó khăn của doanh nghiệp khi kinh doanh loại hình du lịch cộng đồng:

- 1. Không khó khăn; 2. Thiếu vốn; 3. Thiếu lao động; 4. Khó hợp tác, liên kết với các hộ gia đình trong cộng đồng; 5. Khó hợp tác, liên kết với các đối tác là DNDL khác; 6. Chưa nhận được sự quan tâm, hỗ trợ từ phía nhà nước; 7. Khó thu hút được khách du lịch đến với du lịch cộng đồng; 8. Khác:

5. Theo Quý Doanh nghiệp thì khó khăn trong hợp tác, LKKT trong phát triển du lịch cộng đồng

ở đồng bằng sông Cửu Long là:

1. Các HND hoạt động tự phát, cạnh tranh lẫn nhau, chưa hợp tác, liên kết với nhau; 2. Chưa có sự hợp tác, liên kết, phối hợp giữa chính quyền địa phương với DNDL; 3. Chưa có sự hợp tác, liên kết giữa các HND với DNDL; 4. Chưa có sự hợp tác, liên kết giữa các DNDL với nhau; 5. Chưa có nguồn khách thường xuyên cho du lịch cộng đồng; 6. Khác:
6. Quý Doanh nghiệp mong muốn được hỗ trợ gì từ phía nhà nước và HND để phát triển thị trường du lịch cộng đồng:
7. Quý Doanh nghiệp chủ yếu phục vụ khách du lịch:
1. Khách trong nước; 2. Khách quốc tế; 3. Khách đoàn; 4. Khách lẻ; 5. Khách đi theo gia đình; 6. Khác:
8. Quý Doanh nghiệp đánh giá như thế nào về mức độ ổn định của lượng khách đến với du lịch cộng đồng tại đồng bằng sông Cửu Long hiện nay:
1. Rất không ổn định; 2. Không ổn định; 3. Bình thường; 4. Ổn định; 5. Rất ổn định.
9. Quý doanh nghiệp đánh giá cơ chế hỗ trợ và phát huy vai trò của nhà nước trong quá trình hợp tác, liên kết giữa nông dân và DNDL trong phát triển du lịch cộng đồng:
Vui lòng chọn 1 trong 5 mức độ đối với mỗi ý hỏi dưới đây:

1-Hoàn toàn không quan tâm; 2-Không hỗ trợ; 3-Ít hỗ trợ; 4-Hỗ trợ; 5-Rất hỗ trợ

1. Đề ra các chính sách, phát triển hạ tầng, cấp giấy phép, hoạt động xúc tiến, định hướng, tuyên truyền để các chủ thể tham gia liên kết tự nguyện làm theo và có chế tài bắt buộc	①	②	③	④	⑤
2. Phối hợp, liên kết với các cơ quan quản lý nhà nước về du lịch trên địa bàn vùng, lãnh thổ để trao đổi kinh nghiệm quản lý nhà nước về phát triển du lịch cộng đồng nhằm nâng cao năng lực, hiệu quả và hiệu lực quản lý. Đồng thời, phối hợp để nghiên cứu đề xuất, bổ sung cơ chế chính sách, cơ chế phát triển du lịch cộng đồng địa bàn vùng, lãnh thổ	①	②	③	④	⑤
3. Khuyến khích, tạo điều kiện thuận lợi, thực hiện triệt để cải cách hành chính để hỗ trợ các hoạt động phát triển du lịch cộng đồng, cho các nhà đầu tư, cho các doanh nghiệp đến tìm cơ hội đầu tư, đặt chi nhánh, văn phòng đại diện du lịch tại các địa phương	①	②	③	④	⑤
4. Thúc đẩy hợp tác giao lưu giữa các hiệp hội du lịch, các trung tâm thông tin và xúc tiến du lịch, các câu lạc bộ, hội nghề nghiệp hoạt động du lịch	①	②	③	④	⑤
5. Phối hợp với nhà khoa học điều tra, nghiên cứu, đánh giá, lập và thực hiện các quy hoạch phát triển du lịch cộng đồng hoặc điều chỉnh, bổ sung các quy hoạch phát triển du lịch cộng đồng phù hợp với thực tế trên địa bàn vùng, lãnh thổ	①	②	③	④	⑤
6. Đảm bảo an ninh an toàn trong cộng đồng trên địa bàn vùng, lãnh thổ có hoạt động du lịch.	①	②	③	④	⑤

10. Việc hợp tác, LKKT giữa Quý Doanh nghiệp với HND trong cộng đồng để phát triển du lịch cộng đồng có cần thiết ký kết hợp đồng không?

1. Rất không cần thiết; 2. Không cần thiết; 3. Bình thường; 4. Cần thiết; 5. Rất cần thiết.

- 11.** Đánh giá mức độ đảm bảo thực hiện hợp đồng giữa Quý Doanh nghiệp với hộ gia đình trong cộng đồng khi tham gia hợp tác, liên kết:
1. Rất không đảm bảo; 2. Không đảm bảo; 3. Bình thường; 4. Đảm bảo; 5. Rất đảm bảo.
- 12.** Việc phân chia lợi nhuận, lợi ích giữa Quý doanh nghiệp với hộ gia đình trong cộng đồng khi tham gia hợp tác, liên kết làm du lịch cộng đồng có đảm bảo đúng nguyên tắc không?
1. Rất không đảm bảo; 2. Không đảm bảo; 3. Bình thường; 4. Đảm bảo; 5. Rất đảm bảo.
- 13.** Việc hợp tác, LKKT giữa Quý doanh nghiệp và các đối tác (DNDL khác) để phát triển du lịch cộng đồng có cần thiết ký kết hợp đồng không?
1. Rất không cần thiết; 2. Không cần thiết; 3. Bình thường; 4. Cần thiết; 5. Rất cần thiết.
- 14.** Đánh giá mức độ đảm bảo thực hiện hợp đồng giữa Quý doanh nghiệp và các đối tác (DNDL khác) khi tham gia hợp tác, liên kết:
1. Rất không đảm bảo; 2. Không đảm bảo; 3. Bình thường; 4. Đảm bảo; 5. Rất đảm bảo.
- 15.** Việc phân chia lợi nhuận, lợi ích giữa Quý doanh nghiệp và các đối tác (DNDL khác) khi tham gia hợp tác, liên kết có đảm bảo nguyên tắc không?
1. Rất không đảm bảo; 2. Không đảm bảo; 3. Bình thường; 4. Đảm bảo; 5. Rất đảm bảo.
- 16.** Khi xảy ra rủi ro trong việc thực hiện hợp đồng giữa Quý doanh nghiệp và các đối tác (DNDL khác) thì:
1. Tự đàm phán giải quyết; 2. Căn cứ tính pháp lý của hợp đồng giải quyết; 3. Khởi kiện ra tòa; 4. Không tiếp tục hợp tác, liên kết.
- 17.** Khi xảy ra rủi ro trong việc thực hiện hợp đồng giữa Quý Doanh nghiệp với HND thì Quý Doanh nghiệp có hỗ trợ cho HND không?
1. Rất không quan tâm; 2. Không hỗ trợ; 3. Thỉnh thoảng; 4. Thường xuyên; 5. Rất thường xuyên.
- 18.** Để giảm thiểu và kiểm soát, hạn chế rủi ro, Quý Doanh nghiệp có thường xuyên giữ mối liên hệ chặt chẽ, thông tin thông suốt, đảm bảo tính khả thi trong việc triển khai các điều khoản hợp đồng đã ký kết không?
1. Rất không quan tâm; 2. Không thường xuyên; 3. Thỉnh thoảng; 4. Thường xuyên; 5. Rất thường xuyên.
- 19.** Có tranh chấp xảy ra khi thực hiện hợp đồng giữa Quý Doanh nghiệp với hộ gia đình trong cộng đồng khi tham gia hợp tác, liên kết:
1. Rất thường xuyên; 2. Thường xuyên; 3. Bình thường; 4. Thỉnh thoảng xảy ra; 5. Không xảy ra tranh chấp.
- 20.** Khi có xảy ra tranh chấp trong việc thực hiện hợp đồng giữa Quý Doanh nghiệp với hộ gia đình thì:
1. Tự đàm phán giải quyết; 2. Căn cứ tính pháp lý của hợp đồng giải quyết nộp phạt theo định mức nộp phạt; 3. Hòa giải của chính quyền địa phương; 4. Khởi kiện ra tòa; 5. Cắt hợp đồng, không tiếp tục hợp tác, liên kết.
- 21.** Có tranh chấp xảy ra khi thực hiện hợp đồng giữa Quý doanh nghiệp và các đối tác (DNDL khác) không?
1. Rất thường xuyên; 2. Thường xuyên; 3. Bình thường; 4. Thỉnh thoảng xảy ra; 5. Không xảy ra tranh chấp.
- 22.** Khi có xảy ra tranh chấp trong việc thực hiện hợp đồng giữa Quý doanh nghiệp và các đối tác (DNDL khác) thì:

1. Tự đàm phán giải quyết; 2. Căn cứ tính pháp lý của hợp đồng giải quyết nộp phạt theo định mức nộp phạt; 3. Khởi kiện ra tòa; 4. Cắt hợp đồng, không tiếp tục hợp tác, liên kết.
- 23.** Khi có xảy ra tranh chấp trong việc thực hiện hợp đồng giữa Quý Doanh nghiệp với các hộ gia đình trong cộng đồng hoặc với các đối tác là DNDL khác thì nhà nước:
1. Rất không quan tâm; 2. Không quan tâm, để các chủ thể giải quyết;
3. Đứng ngoài những tranh chấp; 4. Hòa giải; 5. Rất quan tâm và đứng ra xử lý.
- 24.** Quý Doanh nghiệp với các hộ gia đình và các đối tác (là DNDL khác) có thường xuyên hợp tác, liên kết xây dựng sản phẩm du lịch đặc thù của địa phương không?
1. Rất không quan tâm; 2. Không quan tâm; 3. Thỉnh thoảng;
4. Thường xuyên; 5. Rất thường xuyên.
- 25.** Quý Doanh nghiệp có được nhà nước hỗ trợ làm cầu nối với các HND, chính quyền địa phương để ký kết và thực hiện các hợp đồng hợp tác, liên kết:
1. Rất không quan tâm; 2. Không quan tâm; 3. Thỉnh thoảng; 4. Thường xuyên; 5. Rất thường xuyên.
- 26.** Mức độ thường xuyên hợp tác, liên kết giữa Quý Doanh nghiệp với HND trong cộng đồng:
1. Rất không hợp tác, liên kết; 2. Không hợp tác, liên kết; 3. Thỉnh thoảng; 4. Thường xuyên; 5. Rất thường xuyên.
- 27.** Mức độ hiệu quả hợp tác, liên kết giữa Quý doanh nghiệp với HND trong cộng đồng:
1. Rất không hiệu quả; 2. Không hiệu quả; 3. Ít hiệu quả; 4. Hiệu quả; 5. Rất hiệu quả.
- 28.** Mức độ thường xuyên hợp tác, liên kết giữa Quý doanh nghiệp và các đối tác (DNDL khác):
1. Rất không hợp tác, liên kết; 2. Không hợp tác, liên kết; 3. Thỉnh thoảng; 4. Thường xuyên; 5. Rất thường xuyên.
- 29.** Mức độ hiệu quả hợp tác, liên kết Quý doanh nghiệp và các đối tác (DNDL khác):
1. Rất không hiệu quả; 2. Không hiệu quả; 3. Ít hiệu quả; 4. Hiệu quả; 5. Rất hiệu quả.
- 30.** Thời gian hợp tác, liên kết giữa Quý doanh nghiệp với các hộ gia đình trong cộng đồng diễn ra với chu kỳ:
1. Chu kỳ hợp tác, liên kết dài; 2. Chu kỳ hợp tác, liên kết ngắn; 3. Chu kỳ hợp tác, liên kết thường xuyên bị đứt quãng, không ổn định; 4. Chu kỳ hợp tác, liên kết không bị đứt quãng, ổn định; 5. Chu kỳ hợp tác, liên kết không ổn định mà phụ thuộc vào tính chất, yêu cầu của quá trình hợp tác liên quan tính đặc thù của du lịch cộng đồng (yếu tố khách quan, yếu tố chủ quan tác động đến du lịch cộng đồng).
- 31.** Thời gian hợp tác, liên kết giữa Quý doanh nghiệp và các đối tác (DNDL khác) diễn ra với chu kỳ:
1. Chu kỳ hợp tác, liên kết dài; 2. Chu kỳ hợp tác, liên kết ngắn; 3. Chu kỳ hợp tác, liên kết thường xuyên bị đứt quãng, không ổn định; 4. Chu kỳ hợp tác, liên kết không bị đứt quãng, ổn định; 5. Chu kỳ hợp tác, liên kết không ổn định mà phụ thuộc vào tính chất, yêu cầu của quá trình hợp tác liên quan tính đặc thù của du lịch cộng đồng (yếu tố khách quan, yếu tố chủ quan tác động đến du lịch cộng đồng).
- 32.** Tỷ lệ phá vỡ hợp đồng hợp tác, liên kết giữa Quý doanh nghiệp với các HND trong cộng đồng:
1. Rất ổn định, không phá vỡ hợp đồng; 2. Ổn định, không phá vỡ hợp đồng; 3. Thỉnh thoảng; 4. Thường xuyên; 5. Rất thường xuyên.

- 33.** Tỷ lệ phá vỡ hợp đồng hợp tác, liên kết giữa Quý doanh nghiệp và các đối tác (DNDL khác):
1. Rất ổn định, không phá vỡ hợp đồng; 2. Ổn định, không phá vỡ hợp đồng; 3. Thỉnh thoảng; 4. Thường xuyên; 5. Rất thường xuyên.
- 34.** Hiện nay Quý Doanh nghiệp đang hợp tác, liên kết với khoảng bao nhiêu HND ở đồng bằng sông Cửu Long trong phát triển du lịch cộng đồng: hộ. Quy mô này có tăng so với trước đây không? 1. Có; 2. Không.
- 35.** Hiện nay Quý doanh nghiệp đang hợp tác, liên kết với bao nhiêu đối tác là DNDL khác để phát triển du lịch cộng đồng: DNDL. Quy mô này có tăng so với trước đây không?
1. Có; 2. Không.
- 36.** Tổng giá trị các hợp đồng kinh tế mà Quý Doanh nghiệp hợp tác, liên kết với các HND ở đồng bằng sông Cửu Long trong một năm: (đơn vị: triệu đồng). Tổng giá trị hợp đồng này có tăng so với những năm trước đây không?
1. Có; 2. Không.
- 37.** Tổng giá trị các hợp đồng kinh tế mà Quý doanh nghiệp và các đối tác (DNDL khác) hợp tác liên kết với DNDL trong một năm: (đơn vị: triệu đồng). Tổng giá trị hợp đồng này có tăng so với những năm trước đây không?
1. Có; 2. Không.
- 38.** Thu nhập, lợi nhuận của Quý Doanh nghiệp có tăng hơn so với trước khi hợp tác, liên kết với hộ gia đình trong cộng đồng, với các đối tác là DNDL khác và sự hỗ trợ của nhà nước?
1. Không tăng so với trước; 2. Tăng ít hơn so với trước; 3. Bình thường; 4. Tăng hơn so với trước; 5. Rất tăng cao so với trước.
- 39.** Thực trạng Quý Doanh nghiệp ứng dụng công nghệ, chuyển giao công nghệ, chuyển đổi số so với trước khi hợp tác, liên kết?
1. Không ứng dụng; 2. Đang nghiên cứu ứng dụng; 3. Bình thường; 4. Ứng dụng nhiều hơn so với trước; 5. Rất được ứng dụng nhiều hơn so với trước.
- 40.** Đánh giá về nhận thức của người dân trong cộng đồng trong quá trình bảo vệ, giữ gìn, tôn tạo cảnh quan thiên nhiên, văn hóa, bảo vệ, cải tạo môi trường:
1. Rất không có ý thức; 2. Không có ý thức; 3. Bình thường; 4. Có ý thức; 5. Rất có ý thức.
- 41.** Đánh giá về mức độ hiệu quả và cải thiện về các vấn đề môi trường khi hợp tác, liên kết làm du lịch cộng đồng:
1. Rất không hiệu quả; 2. Không hiệu quả; 3. Bình thường; 4. Hiệu quả; 5. Rất hiệu quả.
- 42.** Đánh giá mức độ ảnh hưởng của các nhân tố ảnh hưởng đến LKKT trong phát triển du lịch cộng đồng ở vùng đồng bằng sông Cửu Long:

Vui lòng chọn 1 trong 5 mức độ đối với mỗi ý hỏi dưới đây:

1-Hoàn toàn không ảnh hưởng; 2-Không ảnh hưởng; 3-Ít ảnh hưởng; 4-Ảnh hưởng; 5-Rất ảnh hưởng

1. Nhận thức, tâm lý, tư duy của các chủ thể tham gia liên kết	①	②	③	④	⑤
2. Động cơ của các chủ thể tham gia liên kết	①	②	③	④	⑤
3. Trình độ, năng lực của các chủ thể tham gia liên kết	①	②	③	④	⑤
4. Thị trường du lịch và du khách	①	②	③	④	⑤
5. Vai trò của nhà nước và hệ thống các chính sách, môi trường pháp lý liên quan đến LKKT nhằm phát triển DLCD	①	②	③	④	⑤
6. Bối cảnh hội nhập quốc tế	①	②	③	④	⑤
7. Sự phát triển của ngành du lịch trong thời kỳ hậu Covid-19	①	②	③	④	⑤

43. Quan điểm của Quý Doanh nghiệp như thế nào về quan điểm, mục tiêu phát triển du lịch cộng đồng ở vùng đồng bằng sông Cửu Long đến năm 2030:

.....
.....
.....

44. Theo Quý Doanh nghiệp thì hình thức LKKT nào phù hợp để phát triển du lịch cộng đồng ở vùng đồng bằng sông Cửu Long đến năm 2030:

.....
.....
.....

45. Đề xuất giải pháp của Quý Doanh nghiệp để thúc đẩy LKKT trong phát triển du lịch cộng đồng ở vùng đồng bằng sông Cửu Long đến năm 2030:

.....
.....

XIN CẢM ƠN QUÝ DOANH NGHIỆP ĐÃ HỖ TRỢ, GIÚP ĐỠ!

Phụ lục 3**PHIẾU KHẢO SÁT
DU KHÁCH VỀ PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỘNG ĐỒNG**

Kính chào Quý Du khách,

Tôi đang làm luận án tiến sĩ ngành Kinh tế chính trị tại Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh với đề tài: “Liên kết kinh tế trong phát triển du lịch cộng đồng ở vùng đồng bằng sông Cửu Long”, Quý Du khách vui lòng giúp tôi trả lời các câu hỏi khảo sát dưới đây!

Thông tin Quý Du khách cung cấp sẽ rất có ích cho việc đề xuất các giải pháp liên kết kinh tế để phát triển du lịch cộng đồng ở đồng bằng sông Cửu Long. Mọi thông tin Quý Du khách cung cấp đều được tuyệt đối giữ kín và chỉ phục vụ cho mục đích nghiên cứu. Xin chân thành cảm ơn sự giúp đỡ!

Ghi chú: Các từ viết tắt sau đây được sử dụng trong phiếu khảo sát: Liên kết kinh tế (LKKT); Hộ nông dân (HND); Doanh nghiệp du lịch (DNDL); Du lịch cộng đồng (DLCD); Đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL).

Phần I: THÔNG TIN CHUNG VỀ DU KHÁCH

1. Họ và tên:
2. Giới tính: 1. Nam; 2. Nữ
3. Tuổi: 1. 18 - 28; 2. Từ 29 - 39; 3. Từ 40 - 50; 4. Từ 50 trở lên.
4. Trình độ học vấn:
 1. Tiểu học; 2. Trung học cơ sở; 3. Trung học phổ thông; 4. Trung cấp nghề; 5. Cao đẳng; 6. Đại học; 7. Trên đại học; 8. Khác:
5. Nghề nghiệp:
 1. Sinh viên; 2. Cán bộ, công chức, viên chức; 3. Bộ đội, công an; 4. Hưu trí; 5. Công nhân; 6. Nông dân; 7. Kinh doanh; 8. Khác:

PHẦN 2. THÔNG TIN VỀ HOẠT ĐỘNG DU LỊCH CỦA DU KHÁCH

6. Quý khách biết đến điểm du lịch này qua kênh thông tin nào? (có thể nhiều lựa chọn)
 1. Ti vi ; 2. Báo, tạp chí in ; 3. Internet; 4. Công ty du lịch; 5. Người thân, bạn bè; 6. Ấn phẩm du lịch; 7. Khác:
7. Quý khách đã đến du lịch ở đây lần thứ mấy (kể cả lần này)?
 1. Lần đầu tiên; 2. Lần thứ hai; 3. Lần thứ ba; 4. Từ bốn lần trở lên.
8. Mục đích chuyến đi của quý khách đến du lịch ở đây (có thể nhiều lựa chọn):
 1. Tham quan; 2. Giải trí; 3. Nghỉ dưỡng; 4. Tâm linh, tín ngưỡng; 5. Học tập, nghiên cứu; 6. Kinh doanh; 7. Công tác, hội họp; 8. Khác:.....
9. Quý khách thực hiện chuyến du lịch này theo hình thức nào? (có thể nhiều lựa chọn):
 1. Mua tour của công ty du lịch; 2. Do cơ quan, đoàn thể tổ chức; 3. Đi

một mình; 4. Đi cùng bạn bè, gia đình; 5. Khác:

10. Phương tiện di chuyển chủ yếu trong chuyến du lịch này là (có thể nhiều lựa chọn):

1. Xe máy cá nhân; 2. Thuê xe máy; 3. Ô tô của cơ quan hoặc cá nhân;
4. Ô tô của công ty du lịch; 5. Tàu thủy; 6. Khác:

11. Điều hấp dẫn đối với Quý khách khi du lịch ở đây (có thể nhiều lựa chọn):

1. Phong cảnh đẹp; 2. Không khí trong lành; 3. Di sản văn hóa đặc sắc;
4. Sự mến khách của người dân; 5. Các món ăn đặc sản hấp dẫn; 6. Đặc điểm hoang sơ; 7. Bãi biển đẹp; 8. Khác:

12. Hoạt động của Quý khách trong chuyến du lịch ở đây? (có thể nhiều lựa chọn)

1. Tham quan di tích lịch sử - văn hóa, làng nghề; 2. Thưởng thức món ăn đặc sản địa phương; 3. Mua đặc sản, quà lưu niệm sản xuất tại địa phương;
4. Tham gia các sinh hoạt cộng đồng: lễ hội, trò chơi dân gian; 5. Thưởng thức nghệ thuật cổ truyền: đờn ca tài tử, dân ca, dân vũ; 6. Tham gia chương trình ngắm cảnh, tắm biển, tham quan đảo; 7. Tìm hiểu đời sống văn hóa của người dân địa phương; 8. Hoạt động khác:.....

13. Quý khách dự kiến du lịch ở đây trong thời gian bao lâu?:..... (ngày).

14. Quý khách đã lựa chọn loại cơ sở lưu trú nào trong chuyến du lịch này?

1. Khách sạn; 2. Nhà khách, nhà nghỉ; 3. Nhà dân (homestay);
4. Cắm trại; 5. Khác:.....

PHẦN 3: Ý KIẾN CỦA DU KHÁCH VỀ DU LỊCH CỘNG ĐỒNG Ở ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG

Xin Quý khách vui lòng chọn 1 trong 5 mức độ đối với mỗi ý hỏi dưới đây:

1-Hoàn toàn không đồng ý; 2-Không đồng ý; 3-Trung lập; 4-Đồng ý; 5-Rất đồng ý

15. Yếu tố hấp dẫn để phát triển du lịch cộng đồng

1. Phong cảnh thiên nhiên hấp dẫn	①	②	③	④	⑤
2. Cảnh hoang sơ, hùng vĩ, bãi biển đẹp	①	②	③	④	⑤
3. Hệ sinh thái tự nhiên phong phú, đa dạng	①	②	③	④	⑤
4. Di tích lịch sử - văn hóa có giá trị	①	②	③	④	⑤
5. Lễ hội và phong tục tập quán đặc sắc	①	②	③	④	⑤
6. Người dân rất thân thiện, mến khách	①	②	③	④	⑤
7. Môi trường trong lành, chưa bị ô nhiễm	①	②	③	④	⑤

16. Kết cấu hạ tầng phục vụ phát triển du lịch cộng đồng

1. Đường sá đến điểm du lịch thuận tiện	①	②	③	④	⑤
2. Nhà vệ sinh công cộng đảm bảo phục vụ du lịch tốt	①	②	③	④	⑤
3. Hệ thống cung cấp điện đảm bảo phục vụ du lịch tốt	①	②	③	④	⑤
4. Hệ thống cung cấp nước đảm bảo phục vụ du lịch tốt	①	②	③	④	⑤

5. Hệ thống thông tin liên lạc đảm bảo phục vụ du lịch tốt	①	②	③	④	⑤
6. Phương tiện giao thông có chất lượng tốt	①	②	③	④	⑤

17. Chất lượng sản phẩm và dịch vụ du lịch tại cộng đồng

1. Sản phẩm và dịch vụ du lịch đa dạng	①	②	③	④	⑤
2. Sản phẩm và dịch vụ du lịch hấp dẫn	①	②	③	④	⑤
3. Địa bàn du lịch có nhiều điểm tham quan hấp dẫn	①	②	③	④	⑤
4. Nơi tiếp đón khách rộng rãi, thoáng mát	①	②	③	④	⑤
5. Các món ăn có tính độc đáo, hấp dẫn với du khách	①	②	③	④	⑤
6. Dịch vụ ăn uống đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm	①	②	③	④	⑤
7. Dịch vụ ăn uống có chất lượng tốt	①	②	③	④	⑤
8. Dịch vụ homestay (nghỉ tại nhà dân) có chất lượng tốt	①	②	③	④	⑤
9. Du khách được trải nghiệm đời sống địa phương	①	②	③	④	⑤
10. Dịch vụ vận chuyển khách du lịch được tổ chức tốt	①	②	③	④	⑤

18. Người dân phục vụ du lịch cộng đồng

1. Luôn thân thiện, niềm nở với khách	①	②	③	④	⑤
2. Sẵn sàng giúp đỡ, đáp ứng yêu cầu của khách	①	②	③	④	⑤
3. Có kiến thức và kỹ năng du lịch tốt	①	②	③	④	⑤
4. Có khả năng giao tiếp tốt	①	②	③	④	⑤
5. Lắng nghe và kịp thời giải quyết phàn nàn của khách	①	②	③	④	⑤
6. Trang phục và tác phong lịch sự, trang nhã	①	②	③	④	⑤
7. Khách luôn cảm thấy tin tưởng và hài lòng	①	②	③	④	⑤

19. An ninh trật tự và an toàn trong du lịch cộng đồng

1. Không có tình trạng ăn xin	①	②	③	④	⑤
2. Không có tình trạng bán hàng rong	①	②	③	④	⑤
3. Không có tình trạng chèo kéo, nài ép khách	①	②	③	④	⑤
4. Không có tình trạng trộm cắp	①	②	③	④	⑤
5. Không có tình trạng mê tín dị đoan	①	②	③	④	⑤
6. Không có tình trạng chen lấn, xô đẩy, mất trật tự	①	②	③	④	⑤
7. Khách luôn cảm thấy vui vẻ và thoải mái	①	②	③	④	⑤

20. Giá cả dịch vụ du lịch

1. Giá cả lưu trú nhà dân (hợp lí)	①	②	③	④	⑤
2. Giá cả ăn uống hợp lí	①	②	③	④	⑤

3. Giá cả mua sắm hợp lí	①	②	③	④	⑤
4. Giá cả dịch vụ tham quan hợp lí	①	②	③	④	⑤

21. Mức độ hài lòng của Quý khách đối với điểm du lịch cộng đồng này:

1. Rất không hài lòng; 2. Không hài lòng; 3. Bình thường; 4. Hài lòng; 5. Rất hài lòng.

22. Quý khách có dự định sẽ quay trở lại du lịch ở đây một lần nữa không?

1. Chắc chắn không; 2. Không; 3. Chưa biết; 4. Có; 5. Chắc chắn có.

23. Quý khách có dự định giới thiệu điểm du lịch này đến người thân và bạn bè không?

1. Chắc chắn không; 2. Không; 3. Chưa biết; 4. Có; 5. Chắc chắn có.

24. Theo Quý khách, ưu điểm, hạn chế chủ yếu của mô hình du lịch cộng đồng ở đây là:

1. Ưu điểm:

2. Hạn chế:

25. Đánh giá về nhận thức của người dân trong cộng đồng về bảo vệ, giữ gìn, tôn tạo cảnh quan thiên nhiên, văn hóa, bảo vệ, cải tạo môi trường:

1. Rất không có ý thức; 2. Không có ý thức; 3. Bình thường;
4. Có ý thức; 5. Rất có ý thức.

26. Quý khách có góp ý gì để du lịch cộng đồng ở đây phát triển tốt hơn?

.....
.....

XIN CẢM ƠN QUÝ DU KHÁCH ĐÃ HỖ TRỢ, GIÚP ĐỠ!

Phụ lục 4

**PHIẾU KHẢO SÁT, PHÒNG VẤN CHUYÊN GIA
VỀ LĨNH VỰC LIÊN KẾT KINH TẾ TRONG PHÁT TRIỂN
DU LỊCH CỘNG ĐỒNG**

Kính chào Quý chuyên gia, nhà khoa học, nhà quản lý!

*Tôi đang làm luận án tiến sĩ ngành Kinh tế chính trị tại Học viện Chính trị quốc gia Hồ Chí Minh với đề tài: “**Liên kết kinh tế trong phát triển du lịch cộng đồng ở vùng đồng bằng sông Cửu Long**”, nhằm tìm ra giải pháp thúc đẩy liên kết kinh tế trong phát triển du lịch cộng đồng ở vùng đồng bằng sông Cửu Long. Kính nhờ Quý chuyên gia, nhà khoa học dành chút thời gian quý báu của mình trả lời những câu hỏi khảo sát, phỏng vấn bên dưới.*

Tôi rất cảm ơn sự giúp đỡ của Quý chuyên gia, nhà khoa học, nhà quản lý và cam đoan chỉ sử dụng thông tin do Quý chuyên gia, nhà khoa học cung cấp cho mục đích nghiên cứu! Để xưng hô được ngắn gọn, từ đây xin phép gọi chung là Quý chuyên gia.

Ghi chú: Đối tượng nghiên cứu của luận án là những quan hệ kinh tế giữa các chủ thể tham gia LKKT trong phát triển du lịch cộng đồng (nhà nước, doanh nghiệp du lịch và hộ nông dân tham gia phát triển du lịch cộng đồng).

Các từ viết tắt sau đây được sử dụng trong phiếu khảo sát: Liên kết kinh tế (LKKT); Hộ nông dân (HND); Doanh nghiệp du lịch (DNDL); Du lịch cộng đồng (DLCĐ); Đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL).

Phần I: THÔNG TIN CÁ NHÂN, CƠ QUAN, ĐƠN VỊ

1. Họ và tên:
2. Chức vụ:
3. Cơ quan, đơn vị công tác:
4. Điện thoại:
5. Email:

Phần II. NỘI DUNG KHẢO SÁT, PHÒNG VẤN

1. Quý chuyên gia đánh giá như thế nào về tình hình LKKT giữa các chủ thể là nhà nước, DNDL, HND trong phát triển du lịch cộng đồng ở vùng đồng bằng sông Cửu Long giai đoạn 2019 - 2023? Việc LKKT này có dẫn đến việc cải thiện phúc lợi cho các chủ thể tham gia liên kết trong phát triển du lịch cộng đồng ở vùng đồng bằng sông Cửu Long hay không?

.....

2. Quý chuyên gia có quan điểm như thế nào về thực hiện LKKT trong phát triển du lịch cộng đồng ở đồng bằng sông Cửu Long đến năm 2030?

.....

3. Quan điểm của Quý chuyên gia như thế nào về mục tiêu phát triển du lịch cộng đồng ở đồng bằng sông Cửu Long đến năm 2030?

.....

4. Theo Quý chuyên gia thì hình thức LKKT nào phù hợp để phát triển du lịch cộng đồng ở đồng bằng sông Cửu Long đến năm 2030?

.....

5. Đề xuất giải pháp của Quý chuyên gia để thúc đẩy LKKT trong phát triển du lịch cộng đồng ở vùng đồng bằng sông Cửu Long đến năm 2030:

.....
.....

6. Câu hỏi thêm, dành riêng cho cơ quan quản lý nhà nước: Thời gian qua, chính quyền địa phương đã có những hoạt động LKKT gì trong phát triển du lịch cộng đồng? (Gợi ý các nội dung cần trả lời: về liên kết tuyên truyền, quảng bá và xúc tiến xây dựng thương hiệu du lịch cộng đồng; liên kết xây dựng sản phẩm du lịch, chương trình du lịch cộng đồng chung của toàn vùng; liên kết đào tạo và phát triển nguồn nhân lực cho phát triển du lịch cộng đồng; liên kết xây dựng đồng bộ hạ tầng du lịch, đặc biệt là hạ tầng giao thôn cho du lịch cộng đồng phát triển; liên kết huy động vốn đầu tư cho phát triển du lịch cộng đồng chung của vùng, rà soát quy hoạch phát triển du lịch phù hợp với thế mạnh của từng địa phương; liên kết để đàm phán và ký kết các hợp đồng kinh tế).

.....
.....
.....

XIN CẢM ƠN QUÝ CHUYÊN GIA ĐÃ HỖ TRỢ, GIÚP ĐỠ!

PHỤ LỤC
TỔNG HỢP KẾT QUẢ KHẢO SÁT, ĐIỀU TRA XÃ HỘI HỌC

STT	NỘI DUNG VÀ PHƯƠNG ÁN TRẢ LỜI	KẾT QUẢ	
		Lượt trả lời	%
I.	TÌNH HÌNH LIÊN KẾT KINH TẾ CỦA HỘ NÔNG DÂN TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỘNG ĐỒNG Ở VÙNG ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG	Khảo sát 50 hộ nông dân đã hoặc đang làm CBT	
1.1.	Nguồn thông tin hộ nông dân nắm bắt thị trường du lịch		
1	Báo chí	23/42	54,5
2	Tivi, radio	22/42	52,4
3	Internet	30/42	71,4
4	Chính quyền	0/42	0
5	Doanh nghiệp du lịch	19/42	45,2
6	Người thân, hàng xóm	19/42	45,2
7	Khác	0/42	0
1.2.	Hình thức hộ nông dân làm CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Điểm vườn du lịch	23/43	53,5
2	Homestay (cho khách nghỉ tại nhà dân)	12/43	27,9
3	Dịch vụ ăn uống	33/43	76,7
4	Bán đặc sản, quà lưu niệm	10/43	23,3
5	Làm việc cho công ty du lịch	02/43	4,7
6	Khác	01/43	2,3
1.3.	Khó khăn của hộ nông dân khi làm CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Không khó khăn	0/43	0
2	Thiếu vốn	19/43	44,2
3	Thiếu kiến thức về du lịch	18/43	41,9
4	Thiếu kỹ năng	12/43	27,9
5	Thiếu ngoại ngữ	26/43	60,5
6	Thiếu lao động	06/43	14
7	Khó hợp tác, liên kết với các hộ gia đình khác trong cộng đồng	08/43	18,6
8	Khó hợp tác, liên kết với doanh nghiệp du lịch (công ty du lịch, lữ hành)	12/43	27,9
9	Chưa nhận được sự quan tâm, hỗ trợ từ phía nhà nước	09/43	20,9
10	Khó thu hút được khách du lịch	08/43	18,6
11	Khác	0/43	0
1.4.	Nhận xét của hộ nông dân về cách làm CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Rất kém	0/42	0
2	Kém	07/42	16,7
3	Trung bình	16/42	38,1
4	Tốt	19/42	45,2
5	Rất tốt	0/42	0
1.5.	Nhận xét của hộ nông dân về khó khăn trong phát triển CBT		

	ở vùng ĐBSCL		
1	Các hộ nông dân hoạt động tự phát, cạnh tranh lẫn nhau	22/43	51,2
2	Chưa có sự hỗ trợ, quản lý của chính quyền sở tại	11/43	25,6
3	Chưa có sự hợp tác, liên kết với doanh nghiệp du lịch	21/43	48,8
4	Chưa có nguồn khách ổn định, thường xuyên đến với CBT	22/43	51,2
5	Khác	0/43	0
1.6.	Những mong muốn được hỗ trợ của hộ nông dân khi phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Hỗ trợ về vốn	21/43	48,8
2	Hỗ trợ về kiến thức và kỹ năng du lịch	27/43	62,8
3	Hỗ trợ về thủ tục pháp lý	18/43	41,9
4	Hỗ trợ tìm lượng khách ổn định	25/43	58,1
5	Hỗ trợ nghiệp vụ từ phía doanh nghiệp du lịch (công ty du lịch, lữ hành)	20/43	46,5
6	Hỗ trợ quảng cáo dịch vụ CBT	26/43	60,5
7	Hỗ trợ về tuyển dụng lao động có kinh nghiệm	10/43	23,3
8	Khác	01/43	2,3
1.7.	Phân loại du khách hộ nông dân phục vụ chủ yếu		
1	Khách trong nước	31/43	72,1
2	Khách quốc tế	15/43	34,9
3	Khách đoàn	25/43	58,1
4	Khách lẻ	28/43	65,1
5	Khách đi theo gia đình	30/43	69,8
6	Khác	0/43	0
1.8.	Đánh giá của hộ nông dân về mức độ ổn định của lượng du khách đến với CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Rất không ổn định	0/42	0
2	Không ổn định	19/42	45,3
3	Bình thường	14/42	33,3
4	Ổn định	08/42	19,0
5	Rất ổn định	01/42	2,4
1.9.	Đánh giá của hộ nông dân về cơ chế hỗ trợ và phát huy vai trò của nhà nước trong quá trình liên kết kinh tế giữa hộ nông dân với doanh nghiệp du lịch trong phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Rất không hỗ trợ và chưa phát huy vai trò	02/43	4,7
2	Chưa hỗ trợ và chưa phát huy vai trò	10/43	23,2
3	Bình thường	12/43	27,9
4	Hỗ trợ và cơ bản phát huy vai trò	17/43	39,5
5	Rất hỗ trợ và phát huy vai trò	02/43	4,7
1.10.	Đánh giá của hộ nông dân về sự cần thiết ký kết hợp đồng giữa hộ nông dân với hộ nông dân với trong quá trình hợp tác, liên kết phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Rất không cần thiết	02/43	4,7
2	Không cần thiết	03/43	7,0
3	Bình thường	08/43	18,6
4	Cần thiết	21/43	48,8

5	Rất cần thiết	09/43	20,9
1.11.	Đánh giá của hộ nông dân về mức độ đảm bảo thực hiện hợp đồng giữa hộ nông dân với hộ nông dân trong quá trình hợp tác, liên kết phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Rất không đảm bảo	0/43	0
2	Không đảm bảo	06/43	14,0
3	Bình thường	12/43	27,9
4	Đảm bảo	21/43	48,8
5	Rất đảm bảo	04/43	9,3
1.12.	Đánh giá của hộ nông dân về việc thực hiện đảm bảo đúng nguyên tắc khi phân chia lợi nhuận, lợi ích giữa hộ nông dân với hộ nông dân trong quá trình hợp tác, liên kết phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Rất không đảm bảo	0/43	0
2	Không đảm bảo	08/43	18,6
3	Bình thường	10/43	23,3
4	Đảm bảo	20/43	46,5
5	Rất đảm bảo	05/43	11,6
1.13.	Phương án giải quyết của hộ nông dân khi xảy ra rủi ro trong việc thực hiện hợp đồng giữa hộ nông dân với hộ nông dân trong quá trình hợp tác, liên kết phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Tự đàm phán giải quyết	27/43	62,8
2	Các bên cùng chia sẻ rủi ro	24/43	55,8
3	Nhờ bên trung gian hoặc hòa giải của chính quyền địa phương	08/43	18,6
4	Chấm dứt hợp đồng, không tiếp tục hợp tác, liên kết	04/43	9,3
5	Căn cứ tính pháp lý của hợp đồng giải quyết	08/43	18,6
6	Khác	01/43	2,3
1.14.	Mức độ xảy ra tranh chấp khi thực hiện hợp đồng giữa doanh nghiệp du lịch với hộ nông dân trong quá trình hợp tác, liên kết trong phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Rất thường xuyên	01/43	2,3
2	Thường xuyên	01/43	2,3
3	Bình thường	09/43	20,9
4	Thỉnh thoảng xảy ra	18/43	41,9
5	Không xảy ra tranh chấp	14/43	32,6
1.15.	Phương án giải quyết của hộ nông dân khi xảy ra tranh chấp trong việc thực hiện hợp đồng giữa hộ nông dân với hộ nông dân trong quá trình hợp tác, liên kết phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Tự đàm phán giải quyết	29/42	69
2	Căn cứ tính pháp lý của hợp đồng giải quyết nộp phạt theo định mức nộp phạt	12/42	28,6
3	Hòa giải của chính quyền địa phương	14/42	33,3
4	Khởi kiện ra tòa	01/42	2,4
5	Cắt hợp đồng, không tiếp tục hợp tác, liên kết	01/42	2,4
6	Khác	01/42	2,4

1.16.	Đánh giá của hộ nông dân về sự cần thiết ký kết hợp đồng giữa hộ nông dân với doanh nghiệp du lịch trong quá trình hợp tác, liên kết phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Rất không cần thiết	01/42	2,4
2	Không cần thiết	02/42	4,8
3	Bình thường	06/42	14,3
4	Cần thiết	19/42	45,2
5	Rất cần thiết	14/42	33,3
1.17.	Đánh giá của hộ nông dân về mức độ đảm bảo thực hiện hợp đồng giữa hộ nông dân với doanh nghiệp du lịch trong quá trình hợp tác, liên kết phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Rất không đảm bảo	0/42	0
2	Không đảm bảo	02/42	4,8
3	Bình thường	09/42	21,4
4	Đảm bảo	28/42	66,7
5	Rất đảm bảo	03/42	7,1
1.18.	Đánh giá của hộ nông dân về việc thực hiện đảm bảo đúng nguyên tắc khi phân chia lợi nhuận, lợi ích giữa hộ nông dân với doanh nghiệp du lịch trong quá trình hợp tác, liên kết phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Rất không đảm bảo	0/41	0
2	Không đảm bảo	0/41	0
3	Bình thường	13/41	31,7
4	Đảm bảo	25/41	61,0
5	Rất đảm bảo	03/41	7,3
1.19.	Mức độ xảy ra tranh chấp khi thực hiện hợp đồng giữa hộ nông dân với doanh nghiệp du lịch trong quá trình hợp tác, liên kết phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Rất thường xuyên	0/42	0
2	Thường xuyên	0/42	0
3	Bình thường	14/42	33,3
4	Thỉnh thoảng xảy ra	16/42	38,1
5	Không xảy ra tranh chấp	12/42	28,6
1.20.	Phương án giải quyết của hộ nông dân khi xảy ra tranh chấp trong việc thực hiện hợp đồng giữa hộ nông dân với doanh nghiệp du lịch trong quá trình hợp tác, liên kết phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Tự đàm phán giải quyết	34/42	81
2	Căn cứ tính pháp lý của hợp đồng giải quyết nộp phạt theo định mức nộp phạt	10/42	23,8
3	Hòa giải của chính quyền địa phương	08/42	19
4	Khởi kiện ra tòa	02/42	4,8
5	Cắt hợp đồng, không tiếp tục hợp tác, liên kết	07/42	16,7
6	Khác	01/42	2,4

1.21.	Đánh giá của hộ nông dân về sự hỗ trợ từ phía doanh nghiệp du lịch khi có xảy ra rủi ro trong việc thực hiện hợp đồng giữa hộ nông dân với doanh nghiệp du lịch trong quá trình hợp tác, liên kết phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Rất không quan tâm	05/41	12,2
2	Không được hỗ trợ	04/41	9,8
3	Thỉnh thoảng	18/41	43,9
4	Thường xuyên	13/41	31,7
5	Rất thường xuyên	01/41	2,4
1.22.	Đánh giá của hộ nông dân về sự quan tâm của nhà nước khi có xảy ra tranh chấp trong việc thực hiện hợp đồng giữa hộ nông dân với doanh nghiệp du lịch trong quá trình hợp tác, liên kết phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Rất không quan tâm	01/42	2,4
2	Không quan tâm để các chủ thể giải quyết	01/42	2,4
3	Đứng ngoài những tranh chấp	03/42	7,1
4	Hòa giải	29/42	69,1
5	Rất quan tâm và đứng ra xử lý	08/42	19,0
1.23.	Mức độ thường xuyên giữ mối liên hệ chặt chẽ, thông tin thông suốt, đảm bảo tính khả thi của hộ nông dân trong việc triển khai các điều khoản hợp đồng đã ký kết của trong quá trình hợp tác, liên kết phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Rất không thường xuyên	02/42	4,8
2	Không thường xuyên	02/42	4,8
3	Thỉnh thoảng	13/42	30,9
4	Thường xuyên	21/42	50,0
5	Rất thường xuyên	04/42	9,5
1.24.	Đánh giá của hộ nông dân về việc Ban Quản lý CBT đồng phối hợp với các chủ thể xây dựng cơ chế ràng buộc để đảm bảo các chủ thể thực hiện được quyền và nghĩa vụ của mình trong hợp tác, liên kết phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Có xây dựng cơ chế ràng buộc	27/40	67,5
2	Không xây dựng cơ chế ràng buộc	05/40	12,5
3	Chưa có Ban Quản lý CBT	08/40	20,0
1.25.	Đánh giá của hộ nông dân về mức độ hiệu quả của việc Ban Quản lý CBT phối hợp với các chủ thể xây dựng cơ chế ràng buộc để đảm bảo các chủ thể thực hiện được quyền và nghĩa vụ của mình trong hợp tác, liên kết phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Rất không hiệu quả	0/42	0
2	Không hiệu quả	01/42	2,4
3	Ít hiệu quả	08/42	19,0
4	Hiệu quả	29/42	69,1
5	Rất hiệu quả	04/42	9,5
1.26.	Đánh giá của hộ nông dân về sự quan tâm của chính quyền địa phương, các tổ chức chính trị - xã hội về việc tuyên truyền về hợp tác, liên kết phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		

1	Rất không quan tâm	01/42	2,4
2	Không được tuyên truyền	01/42	2,4
3	Thỉnh thoảng	16/42	38,1
4	Thường xuyên	21/42	50,0
5	Rất thường xuyên	03/42	7,1
1.27.	Hình thức, phương thức tuyên truyền của chính quyền địa phương, các tổ chức chính trị - xã hội về hợp tác, liên kết phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Tổ chức giao lưu giữa doanh nghiệp du lịch và địa phương	25/42	59,5
2	Thông qua mạng xã hội	20/42	47,6
3	Báo chí	18/42	42,9
4	Phát thanh, truyền hình, radio	22/42	52,4
5	Thông qua các hoạt động xúc tiến du lịch tại địa phương, các hoạt động chào mừng các ngày lễ, các sự kiện quan trọng của địa phương	21/42	50,0
6	Thông qua việc phối hợp tổ chức đón các đoàn vào địa phương khảo sát, giới thiệu sản phẩm, tạo điều kiện cho các doanh nghiệp du lịch có cơ hội giới thiệu dự án đầu tư, giới thiệu sản phẩm, tiếp thị bán hàng	23/42	54,8
7	Khác	01	2,4
1.28.	Đánh giá của hộ nông dân về mức độ hiệu quả công tác tuyên truyền của chính quyền địa phương, các tổ chức chính trị - xã hội về hợp tác, liên kết phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Rất không hiệu quả	0/40	0
2	Không hiệu quả	02/40	5,0
3	Ít hiệu quả	09/40	22,5
4	Hiệu quả	26/40	65,0
5	Rất hiệu quả	03/40	7,5
1.29.	Đánh giá của hộ nông dân về mức độ thường xuyên hợp tác, liên kết với hộ nông dân và doanh nghiệp du lịch xây dựng sản phẩm du lịch đặc thù của địa phương phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Rất không quan tâm	0/41	0
2	Không quan tâm	04/41	9,8
3	Thỉnh thoảng	14/41	34,1
4	Thường xuyên	21/41	51,2
5	Rất thường xuyên	02/41	4,9
1.30.	Đánh giá của hộ nông dân về việc tham gia lớp bồi dưỡng, tập huấn ngắn hạn về CBT do nhà nước, các tổ chức chính trị - xã hội, các cơ sở đào tạo hoặc các doanh nghiệp du lịch hỗ trợ tổ chức		
1	Đã tham gia 1 lần	10/42	23,8
2	Tham gia từ 2 lần trở lên	19/42	45,2
3	Chưa tham gia	05/42	11,9
4	Tự đào tạo thông qua sự hỗ trợ của doanh nghiệp du lịch qua diễn đàn, tọa đàm, trao đổi, hợp tác giữa các bên	07/42	16,7
5	Không có thông tin, không có đơn vị nào tổ chức	01/42	2,4

1.31.	Sự tham gia của hộ nông dân cùng với cộng đồng, doanh nghiệp du lịch và nhà nước để phát triển hạ tầng giao thông, hạ tầng phục vụ phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Rất không quan tâm	01/42	2,4
2	Không quan tâm	04/42	9,5
3	Thỉnh thoảng	24/42	57,1
4	Thường xuyên	12/42	28,6
5	Rất thường xuyên	01/42	2,4
1.32.	Đánh giá của hộ nông dân về mức độ quan tâm của nhà nước trong việc làm cầu nối với các doanh nghiệp du lịch để ký kết và thực hiện các hợp đồng hợp tác, liên kết phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Rất không quan tâm	01/42	2,4
2	Không quan tâm	04/42	9,5
3	Thỉnh thoảng	24/42	57,1
4	Thường xuyên	12/42	28,6
5	Rất thường xuyên	01/42	2,4
1.33.	Đánh giá của hộ nông dân về mức độ thường xuyên hợp tác, liên kết giữa hộ nông dân với hộ nông dân trong phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Rất không hợp tác, liên kết	0/41	0
2	Không hợp tác, liên kết	01/41	2,4
3	Thỉnh thoảng	20/41	48,8
4	Thường xuyên	15/41	36,6
5	Rất thường xuyên	05/41	12,2
1.34.	Đánh giá của hộ nông dân về mức độ hiệu quả của hợp tác, liên kết giữa hộ nông dân với hộ nông dân trong phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Rất không hiệu quả	0/42	0
2	Không hiệu quả	0/42	0
3	Ít hiệu quả	12/42	28,6
4	Hiệu quả	24/42	57,1
5	Rất hiệu quả	06/42	14,3
1.35.	Đánh giá của hộ nông dân về mức độ thường xuyên hợp tác, liên kết giữa hộ nông dân với doanh nghiệp du lịch trong phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Rất không hợp tác, liên kết	0/41	0
2	Không hợp tác, liên kết	06/41	14,6
3	Thỉnh thoảng	14/41	34,2
4	Thường xuyên	15/41	36,6
5	Rất thường xuyên	06/41	14,6
1.36.	Đánh giá của hộ nông dân về mức độ hiệu quả của hợp tác, liên kết giữa hộ nông dân với doanh nghiệp du lịch trong phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Rất không hiệu quả	0/42	0
2	Không hiệu quả	05/42	11,9
3	Ít hiệu quả	11/42	26,2

4	Hiệu quả	21/42	50,0
5	Rất hiệu quả	05/42	11,9
1.37.	Đánh giá của hộ nông dân về mức độ hỗ trợ từ phía nhà nước để phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Rất không quan tâm	0/42	0
2	Không được hỗ trợ	04/42	9,5
3	Thỉnh thoảng	21/42	50,0
4	Thường xuyên	16/42	38,1
5	Rất thường xuyên	01/42	2,4
1.38.	Đánh giá của hộ nông dân về mức độ hiệu quả khi nhận sự hỗ trợ từ phía nhà nước để phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Rất không hiệu quả	0/42	0
2	Không hiệu quả	03/42	7,1
3	Ít hiệu quả	13/42	31,0
4	Hiệu quả	25/42	59,5
5	Rất hiệu quả	01/42	2,4
1.39.	Đánh giá của hộ nông dân về chu kỳ hợp tác, liên kết giữa hộ nông dân với hộ nông dân trong phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Chu kỳ hợp tác, liên kết dài	17/42	40,5
2	Chu kỳ hợp tác, liên kết ngắn	10/42	23,8
3	Chu kỳ hợp tác, liên kết thường xuyên bị đứt quãng, không ổn định	09/42	21,4
4	Chu kỳ hợp tác, liên kết ổn định, không bị đứt quãng, ổn định	13/42	31,0
5	Chu kỳ hợp tác, liên kết không ổn định mà phụ thuộc vào tính chất, yêu cầu của quá trình hợp tác liên quan tính đặc thù của CBT (yếu tố khách quan, yếu tố chủ quan tác động đến CBT)	09/42	21,4
6	Khác	01/42	2,4
1.40.	Đánh giá của hộ nông dân về chu kỳ hợp tác, liên kết giữa hộ nông dân với doanh nghiệp du lịch trong phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Chu kỳ hợp tác, liên kết dài	17/43	40,5
2	Chu kỳ hợp tác, liên kết ngắn	09/43	21,4
3	Chu kỳ hợp tác, liên kết thường xuyên bị đứt quãng, không ổn định	08/43	19,0
4	Chu kỳ hợp tác, liên kết ổn định, không bị đứt quãng, ổn định	12/43	28,6
5	Chu kỳ hợp tác, liên kết không ổn định mà phụ thuộc vào tính chất, yêu cầu của quá trình hợp tác liên quan tính đặc thù của CBT (yếu tố khách quan, yếu tố chủ quan tác động đến CBT)	07/43	16,7
6	Khác	02/43	4,8
1.41.	Đánh giá của hộ nông dân về tỷ lệ phá vỡ hợp đồng hợp tác, liên kết giữa hộ nông dân với hộ nông dân trong phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Rất thường xuyên	0/42	0
2	Thường xuyên	04/42	9,5
3	Thỉnh thoảng	21/42	50,0
4	Ổn định, không phá vỡ hợp đồng	13/42	31,0
5	Rất ổn định, không phá vỡ hợp đồng	04/42	9,5

1.42.	Đánh giá của hộ nông dân về tỷ lệ phá vỡ hợp đồng hợp tác, liên kết giữa hộ nông dân với doanh nghiệp du lịch trong phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Rất thường xuyên	0/41	0
2	Thường xuyên	04/41	9,8
3	Thỉnh thoảng	19/41	46,3
4	Ổn định, không phá vỡ hợp đồng	16/41	39,0
5	Rất ổn định, không phá vỡ hợp đồng	02/41	4,9
1.43.	Đánh giá của hộ nông dân về quy mô hợp tác, liên kết giữa hộ nông dân với hộ nông dân trong phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Có tăng so với trước	29/42	69
2	Không tăng so với trước	13/42	31
1.44.	Đánh giá của hộ nông dân về quy mô hợp tác, liên kết giữa hộ nông dân với doanh nghiệp du lịch trong phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Có tăng so với trước	28/42	66,7
2	Không tăng so với trước	14/42	33,3
1.45.	Đánh giá của hộ nông dân về quy mô tổng giá trị hợp đồng tăng so với trước khi hợp tác, liên kết giữa hộ nông dân với hộ nông dân trong phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Có tăng so với trước	29/42	69
2	Không tăng so với trước	13/42	31
1.46.	Đánh giá của hộ nông dân về quy mô tổng giá trị hợp đồng tăng so với trước khi hợp tác, liên kết giữa hộ nông dân với doanh nghiệp du lịch trong phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Có tăng so với trước	31/42	73,8
2	Không tăng so với trước	11/42	26,2
1.47.	Đánh giá của hộ nông dân về sự quan tâm của các đơn vị trung gian (Ban Quản lý CBT, các hội, đoàn thể...) khi hợp tác, liên kết phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Có tăng so với trước	31/42	73,8
2	Không tăng so với trước	11/42	26,2
1.48.	Đánh giá của hộ nông dân về sự hỗ trợ của nhà nước, doanh nghiệp du lịch về vốn, đầu tư cơ sở vật chất, hạ tầng phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Không được hỗ trợ	09/42	21,4
2	Thấp hơn so với trước	03/42	7,2
3	Bình thường	21/42	50
4	Cao hơn so với trước	09/42	21,4
5	Rất cao so với trước	0/42	0
1.49.	Việc hoàn thành nghĩa vụ trả nợ đầu tư do nhà nước, doanh nghiệp du lịch hỗ trợ vốn, đầu tư cơ sở vật chất, hạ tầng cho hộ nông dân trong phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Chưa hoàn thành	08/41	19,5
2	Hoàn thành một phần	12/41	29,3
3	Hoàn thành	21/41	51,2

1.50.	Đánh giá của hộ nông dân về thu nhập, lợi nhuận của hộ nông dân so với trước khi hợp tác, liên kết với hộ nông dân và các doanh nghiệp du lịch khác trong phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Không tăng so với trước	01/41	2,4
2	Thấp hơn so với trước	02/41	4,9
3	Bình thường	21/41	51,2
4	Tăng hơn so với trước	15/41	36,6
5	Rất tăng cao so với trước	02/41	4,9
1.51.	Đánh giá của hộ nông dân về mức độ hỗ trợ của nhà nước, doanh nghiệp du lịch trong ứng dụng, chuyển giao công nghệ, chuyển đổi số trong phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Không được hỗ trợ	04/40	10,0
2	Hỗ trợ ít hơn so với trước	02/40	5,0
3	Bình thường	18/40	45,0
4	Hỗ trợ hơn so với trước	15/40	37,5
5	Rất được hỗ trợ so với trước	01/40	2,5
1.52.	Đánh giá của hộ nông dân về mức độ ứng dụng, chuyển giao công nghệ, chuyển đổi số của hộ nông dân so với trước khi hợp tác, liên kết trong phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Không ứng dụng	03/41	7,3
2	Đang nghiên cứu để ứng dụng	07/41	17,1
3	Bình thường	16/41	39,0
4	Ứng dụng nhiều hơn so với trước	12/41	29,3
5	Rất được ứng dụng nhiều hơn so với trước	03/41	7,3
1.53.	Đánh giá của hộ nông dân về mức độ giải quyết việc làm khi hợp tác, liên kết trong phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Không được giải quyết việc làm	0/40	0
2	Giải quyết việc làm ít	06/40	15,0
3	Bình thường	16/40	40,0
4	Được giải quyết việc làm	14/40	35,0
5	Được giải quyết việc làm rất hiệu quả	04/40	10,0
1.54.	Đánh giá của hộ nông dân về mức độ tiếp cận nguồn vốn nhờ vào việc hợp tác, liên kết trong phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Không có thông tin	01/41	2,4
2	Không được tiếp cận	03/41	7,3
3	Thỉnh thoảng	26/41	63,5
4	Thường xuyên	10/41	24,4
5	Rất thường xuyên	01/41	2,4
1.55.	Đánh giá của hộ nông dân về nhận thức của người dân trong quá trình bảo vệ, giữ gìn, tôn tạo cảnh quan thiên nhiên, văn hóa, cải tạo môi trường trong phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Rất không có ý thức	0/41	0
2	Không có ý thức	01/41	2,4
3	Bình thường	15/41	36,6
4	Có ý thức	17/41	41,5
5	Rất có ý thức	08/41	19,5

1.56.	Đánh giá của hộ nông dân về mức độ hiệu quả và cải thiện các vấn đề môi trường khi hợp tác, liên kết trong phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Rất không hiệu quả	0/41	0
2	Không hiệu quả	02/41	4,9
3	Bình thường	15/41	36,6
4	Hiệu quả	18/41	43,9
5	Rất hiệu quả	06/41	14,6
II	Ý KIẾN CỦA HỘ NÔNG DÂN CHƯA LÀM DU LỊCH CỘNG ĐỒNG Ở VÙNG ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG	Khảo sát 60 hộ nông dân chưa làm CBT	
2.1.	Đánh giá của hộ nông dân về sự quan tâm của chính quyền địa phương, các tổ chức chính trị - xã hội về việc tuyên truyền về hợp tác, liên kết phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Rất không quan tâm	01/59	1,7
2	Không được tuyên truyền	14/59	23,7
3	Thỉnh thoảng	26/59	44,1
4	Thường xuyên	12/59	20,3
5	Rất thường xuyên	06/59	10,2
2.2.	Hình thức, phương thức tuyên truyền của chính quyền địa phương, các tổ chức chính trị - xã hội về hợp tác, liên kết phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Tổ chức giao lưu giữa doanh nghiệp du lịch và địa phương	07/59	11,9
2	Thông qua mạng xã hội	27/59	45,8
3	Báo chí	09/59	15,3
4	Phát thanh, truyền hình, radio	26/59	44,1
5	Thông qua các hoạt động xúc tiến du lịch tại địa phương, các hoạt động chào mừng các ngày lễ, các sự kiện quan trọng của địa phương	25/59	42,4
6	Thông qua việc phối hợp tổ chức đón các đoàn vào địa phương khảo sát, giới thiệu sản phẩm, tạo điều kiện cho các doanh nghiệp du lịch có cơ hội giới thiệu dự án đầu tư, giới thiệu sản phẩm, tiếp thị bán hàng	0/59	0
7	Khác	04	6,8
2.3.	Đánh giá của hộ nông dân về mức độ hiệu quả công tác tuyên truyền của chính quyền địa phương, các tổ chức chính trị - xã hội về hợp tác, liên kết phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Rất không hiệu quả	0/59	0
2	Không hiệu quả	03/59	5,1
3	Ít hiệu quả	16/59	27,1
4	Hiệu quả	32/59	54,2
5	Rất hiệu quả	8/59	13,6
2.4.	Sự dự định tham gia làm CBT của hộ nông dân trong tương lai		
1	Tuyệt đối không	02/59	3,4
2	Không có dự định	10/59	16,9
3	Bình thường (không quan tâm)	07/59	11,9
4	Sẽ tham gia	36/59	61,0
5	Chắc chắn sẽ tham gia	04/59	6,8

2.5.	Đánh giá của hộ nông dân về mức độ sẵn sàng hợp tác, liên kết với hộ nông dân khác trong cộng đồng nếu như có tham gia làm CBT trong tương lai		
1	Rất không sẵn sàng	02/59	3,4
2	Không sẵn sàng	02/59	3,4
3	Vẫn bình thường (không quan tâm)	12/59	20,3
4	Sẵn sàng	33/59	55,9
5	Rất sẵn sàng	10/59	17,0
2.6.	Đánh giá của hộ nông dân về mức độ sẵn sàng hợp tác, liên kết với doanh nghiệp du lịch nếu như có tham gia làm CBT trong tương lai		
1	Rất không sẵn sàng	02/58	3,5
2	Không sẵn sàng	01/58	1,7
3	Vẫn bình thường (không quan tâm)	11/58	19,0
4	Sẵn sàng	34/58	58,6
5	Rất sẵn sàng	10/58	17,2
2.7.	Đánh giá của hộ nông dân về việc mong muốn nhận được sự hỗ trợ của nhà nước nếu như có tham gia làm CBT trong tương lai		
1	Rất không cần	02/59	3,4
2	Không cần hỗ trợ	01/59	1,7
3	Vẫn bình thường (không quan tâm)	09/59	15,3
4	Mong muốn	28/59	47,4
5	Rất mong muốn	19/59	32,2
2.8.	Nhận xét của hộ nông dân về cách làm CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Rất kém	05/59	8,5
2	Kém	09/59	15,2
3	Trung bình	27/59	45,8
4	Tốt	14/59	23,7
5	Rất tốt	04/59	6,8
2.9.	Đánh giá của hộ nông dân về khó khăn trong phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Các hộ nông dân hoạt động tự phát, cạnh tranh lẫn nhau	29/59	49,2
2	Chưa có sự hỗ trợ, quản lý của chính quyền sở tại	18/59	30,5
3	Chưa có sự hợp tác, liên kết với doanh nghiệp du lịch	27/59	45,8
4	Chưa có nguồn khách ổn định, thường xuyên đến với CBT	38/59	64,4
5	Khác	01	1,7
2.10.	Đánh giá của hộ nông dân về khó khăn của các hộ nông dân đang làm CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Không khó khăn	01/59	1,7
2	Thiếu vốn	34/59	57,6
3	Thiếu kiến thức về du lịch	37/59	62,7
4	Thiếu kỹ năng	35/59	59,3
5	Thiếu ngoại ngữ	36/59	61,0
6	Thiếu lao động	10/59	16,9
7	Khó hợp tác, liên kết với các hộ gia đình khác trong cộng đồng	29/59	49,2
8	Khó hợp tác, liên kết với doanh nghiệp du lịch	28/59	47,5

9	Chưa nhận được sự quan tâm, hỗ trợ từ phía nhà nước	18/59	30,5
10	Khó thu hút được khách du lịch	27/59	45,8
11	Khác	01/59	1,7
2.11.	Đánh giá của hộ nông dân về mức độ ổn định của lượng du khách đến với CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Rất không ổn định	02/59	3,4
2	Không ổn định	11/59	18,6
3	Bình thường	23/59	39,0
4	Ổn định	22/59	37,3
5	Rất ổn định	01/59	1,7
2.12.	Đánh giá của hộ nông dân về nhận thức của người dân trong quá trình bảo vệ, giữ gìn, tôn tạo cảnh quan thiên nhiên, văn hóa, cải tạo môi trường trong phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Rất không có ý thức	01/59	1,7
2	Không có ý thức	03/59	5,1
3	Bình thường	29/59	49,2
4	Có ý thức	23/59	39,0
5	Rất có ý thức	03/59	5,0
2.13.	Đánh giá của hộ nông dân về mức độ hiệu quả và cải thiện các vấn đề môi trường khi hợp tác, liên kết trong phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Rất không hiệu quả	05/59	8,5
2	Không hiệu quả	10/59	16,9
3	Bình thường	21/59	35,6
4	Hiệu quả	18/59	30,5
5	Rất hiệu quả	05/59	8,5
2.14.	Đánh giá của hộ nông dân về mức độ giải quyết việc làm khi địa phương phát triển CBT		
1	Không được giải quyết việc làm	02/56	3,6
2	Giải quyết việc làm ít	10/56	17,9
3	Bình thường	21/56	37,5
4	Được giải quyết việc làm	18/56	32,1
5	Được giải quyết việc làm rất hiệu quả	05/56	8,9
III	TÌNH HÌNH LIÊN KẾT KINH TẾ CỦA DOANH NGHIỆP DU LỊCH TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH CỘNG ĐỒNG Ở VÙNG ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG	Khảo sát 25 doanh nghiệp du lịch	
3.1.	Khó khăn của doanh nghiệp du lịch khi tham gia kinh doanh loại hình CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Không khó khăn	04/24	16,7
2	Thiếu vốn	06/24	25
3	Thiếu lao động	02/24	8,3
4	Khó hợp tác, liên kết với các hộ gia đình trong cộng đồng	11/24	45,8
5	Khó hợp tác, liên kết với các đối tác là doanh nghiệp du lịch khác	08/24	33,3
6	Chưa nhận được sự quan tâm, hỗ trợ từ phía nhà nước	09/24	37,5
7	Khó thu hút được khách du lịch đến với CBT	11/24	45,8
8	Khác	01/24	4,2

3.2.	Khó khăn của doanh nghiệp du lịch khi hợp tác, liên kết trong phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Các hộ nông dân hoạt động tự phát, cạnh tranh lẫn nhau, chưa hợp tác, liên kết với nhau	17/24	70,8
2	Chưa có sự hợp tác, liên kết, phối hợp giữa chính quyền địa phương với doanh nghiệp du lịch	15/24	62,5
3	Chưa có sự hợp tác, liên kết giữa các hộ nông dân với doanh nghiệp du lịch	10/24	41,7
4	Chưa có sự hợp tác, liên kết giữa các doanh nghiệp du lịch với nhau	08/24	33,3
5	Chưa có nguồn khách thường xuyên cho CBT	14/24	58,3
3.3.	Phân loại du khách doanh nghiệp du lịch phục vụ chủ yếu		
1	Khách trong nước	20/24	83,3
2	Khách quốc tế	13/24	54,2
3	Khách đoàn	19/24	79,2
4	Khách lẻ	16/24	66,7
5	Khách đi theo gia đình	18/24	75,0
3.4.	Đánh giá của doanh nghiệp du lịch về mức độ ổn định của lượng khách du lịch đến với CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Rất không ổn định	0/24	0
2	Không ổn định	10/24	41,7
3	Bình thường	10/24	41,7
4	Ổn định	04/24	16,6
5	Rất ổn định	0/24	0
3.5.	Đánh giá của doanh nghiệp du lịch về sự cần thiết ký kết hợp đồng giữa doanh nghiệp du lịch với hộ nông dân trong quá trình hợp tác, liên kết phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Rất không cần thiết	0/24	0
2	Không cần thiết	0/24	0
3	Bình thường	05/24	20,8
4	Cần thiết	12/24	50,0
5	Rất cần thiết	07/24	29,2
3.6.	Đánh giá của doanh nghiệp du lịch về mức độ đảm bảo thực hiện hợp đồng giữa doanh nghiệp du lịch với hộ nông dân trong quá trình hợp tác, liên kết phát triển CBT ở vùng ĐBSCL	/24	
1	Rất không đảm bảo	0/24	0
2	Không đảm bảo	01/24	4,2
3	Bình thường	13/24	54,2
4	Đảm bảo	08/24	33,3
5	Rất đảm bảo	02/24	8,3
3.7.	Đánh giá của doanh nghiệp du lịch về việc thực hiện đảm bảo đúng nguyên tắc khi phân chia lợi nhuận, lợi ích giữa doanh nghiệp du lịch với hộ nông dân trong quá trình hợp tác, liên kết phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Rất không đảm bảo	0/24	0
2	Không đảm bảo	01/24	4,2

3	Bình thường	01/24	4,2
4	Đảm bảo	12/24	50,0
5	Rất đảm bảo	10/24	41,6
3.8.	Đánh giá của doanh nghiệp du lịch về sự cần thiết ký kết hợp đồng giữa doanh nghiệp du lịch với doanh nghiệp du lịch trong quá trình hợp tác, liên kết phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Rất không cần thiết	0/24	0
2	Không cần thiết	02/24	8,3
3	Bình thường	06/24	25,0
4	Cần thiết	14/24	58,4
5	Rất cần thiết	02/24	8,3
3.9.	Đánh giá của doanh nghiệp du lịch về mức độ đảm bảo thực hiện hợp đồng giữa doanh nghiệp du lịch với doanh nghiệp du lịch trong quá trình hợp tác, liên kết phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Rất không đảm bảo	0/24	0
2	Không đảm bảo	01/24	4,2
3	Bình thường	12/24	50,0
4	Đảm bảo	10/24	41,6
5	Rất đảm bảo	01/24	4,2
3.10.	Đánh giá của doanh nghiệp du lịch về việc thực hiện đảm bảo đúng nguyên tắc khi phân chia lợi nhuận, lợi ích giữa doanh nghiệp du lịch với doanh nghiệp du lịch trong quá trình hợp tác, liên kết trong phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Rất không đảm bảo	0/24	0
2	Không đảm bảo	01/24	4,2
3	Bình thường	11/24	45,8
4	Đảm bảo	12/24	50,0
5	Rất đảm bảo	0/24	0
3.11.	Phương án giải quyết của doanh nghiệp du lịch khi xảy ra rủi ro trong việc thực hiện hợp đồng giữa doanh nghiệp du lịch với doanh nghiệp du lịch trong quá trình hợp tác, liên kết phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Tự đàm phán giải quyết	13/24	54,2
2	Căn cứ tính pháp lý của hợp đồng giải quyết	15/24	62,5
3	Khởi kiện ra tòa	02/24	8,3
4	Không tiếp tục hợp tác, liên kết	12/24	50,0
3.12.	Mức độ hỗ trợ của doanh nghiệp du lịch khi xảy ra rủi ro trong việc thực hiện hợp đồng giữa doanh nghiệp du lịch với hộ nông dân trong quá trình hợp tác, liên kết phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Rất không quan tâm	0/24	0
2	Không hỗ trợ	0/24	0
3	Thỉnh thoảng	14/24	58,3
4	Thường xuyên	10/24	41,7
5	Rất thường xuyên	0/24	0

3.13.	Mức độ thường xuyên giữ mối liên hệ chặt chẽ, thông tin thông suốt, đảm bảo tính khả thi của doanh nghiệp du lịch trong việc triển khai các điều khoản hợp đồng đã ký kết của trong quá trình hợp tác, liên kết phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Rất không quan tâm	0/24	0
2	Không hỗ thường xuyên	0/24	0
3	Thỉnh thoảng	6/24	25,0
4	Thường xuyên	17/24	70,8
5	Rất thường xuyên	01/24	4,2
3.14.	Mức độ xảy ra tranh chấp khi thực hiện hợp đồng giữa doanh nghiệp du lịch với hộ nông dân trong quá trình hợp tác, liên kết phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Rất thường xuyên	0/24	0
2	Thường xuyên	0/24	0
3	Bình thường	06/24	25,0
4	Thỉnh thoảng xảy ra	10/24	41,7
5	Không xảy ra tranh chấp	08/24	33,3
3.15.	Phương án giải quyết của doanh nghiệp du lịch khi xảy ra tranh chấp trong việc thực hiện hợp đồng giữa doanh nghiệp du lịch với hộ nông dân trong quá trình hợp tác, liên kết phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Tự đàm phán giải quyết	15/24	62,5
2	Căn cứ tính pháp lý của hợp đồng giải quyết nộp phạt theo định mức nộp phạt	12/24	50,0
3	Hòa giải của chính quyền địa phương	06/24	25,0
4	Khởi kiện ra tòa	02/24	8,3
5	Cắt hợp đồng, không tiếp tục hợp tác, liên kết	13/24	54,2
3.16.	Mức độ xảy ra tranh chấp khi thực hiện hợp đồng giữa doanh nghiệp du lịch với doanh nghiệp du lịch trong quá trình hợp tác, liên kết phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Rất thường xuyên	0/24	0
2	Thường xuyên	01/24	4,2
3	Bình thường	04/24	16,7
4	Thỉnh thoảng xảy ra	13/24	54,2
5	Không xảy ra tranh chấp	06/24	25,0
3.17.	Phương án giải quyết của doanh nghiệp du lịch khi xảy ra tranh chấp trong việc thực hiện hợp đồng giữa doanh nghiệp du lịch với doanh nghiệp du lịch trong quá trình hợp tác, liên kết phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Tự đàm phán giải quyết	17/24	70,8
2	Căn cứ tính pháp lý của hợp đồng giải quyết nộp phạt theo định mức nộp phạt	14/24	58,3
3	Khởi kiện ra tòa	03/24	12,5
4	Cắt hợp đồng, không tiếp tục hợp tác, liên kết	13/24	54,2

3.18.	Đánh giá của doanh nghiệp du lịch về sự quan tâm của nhà nước khi có xảy ra tranh chấp trong việc thực hiện hợp đồng giữa doanh nghiệp du lịch với hộ nông dân trong quá trình hợp tác, liên kết phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Rất không quan tâm	0/24	0
2	Không quan tâm, để các chủ thể giải quyết	02/24	8,3
3	Đứng ngoài những tranh chấp	06/24	25,0
4	Hòa giải	14/24	58,3
5	Rất quan tâm và đứng ra xử lý	06/24	25,0
3.19.	Đánh giá của doanh nghiệp du lịch về mức độ thường xuyên hợp tác, liên kết với hộ nông dân xây dựng sản phẩm du lịch đặc thù của địa phương trong phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Rất không quan tâm	0	0
2	Không quan tâm	02	8,3
3	Thỉnh thoảng	10	41,7
4	Thường xuyên	12	50,0
5	Rất thường xuyên	0/24	0
3.20.	Đánh giá của doanh nghiệp du lịch về mức độ hỗ trợ của nhà nước trong việc làm cầu nối giữa doanh nghiệp du lịch với các hộ nông dân và chính quyền địa phương để ký kết và thực hiện các hợp đồng hợp tác, liên kết trong phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Rất không quan tâm	0/24	0
2	Không quan tâm	03/24	12,5
3	Thỉnh thoảng	11/24	45,8
4	Thường xuyên	09/24	37,5
5	Rất thường xuyên	01/24	4,2
3.21.	Đánh giá của doanh nghiệp du lịch về mức độ thường xuyên hợp tác, liên kết giữa doanh nghiệp du lịch với hộ nông dân trong phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Rất không hợp tác, liên kết	0/24	0
2	Không hợp tác, liên kết	01/24	4,2
3	Thỉnh thoảng	13/24	54,2
4	Thường xuyên	09/24	37,5
5	Rất thường xuyên	01/24	4,2
3.22.	Đánh giá của doanh nghiệp du lịch về mức độ hiệu quả của hợp tác, liên kết giữa doanh nghiệp du lịch với hộ nông dân trong phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Rất không hiệu quả	0/24	0
2	Không hiệu quả	0/24	0
3	Ít hiệu quả	09/24	37,5
4	Hiệu quả	15/24	62,5
5	Rất hiệu quả	0/24	0
3.23.	Đánh giá của doanh nghiệp du lịch về mức độ thường xuyên hợp tác, liên kết giữa doanh nghiệp du lịch với doanh nghiệp du lịch trong phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Rất không hợp tác, liên kết	0/24	0

2	Không hợp tác, liên kết	01/24	4,2
3	Thỉnh thoảng	11/24	45,8
4	Thường xuyên	11/24	45,8
5	Rất thường xuyên	01/24	4,2
3.24.	Đánh giá của doanh nghiệp du lịch về mức độ hiệu quả của hợp tác, liên kết giữa doanh nghiệp du lịch với doanh nghiệp du lịch trong phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Rất không hiệu quả	0/24	0
2	Không hiệu quả	02/24	8,3
3	Ít hiệu quả	08/24	33,3
4	Hiệu quả	14/24	58,4
5	Rất hiệu quả	0/24	0
3.25.	Đánh giá của doanh nghiệp du lịch về chu kỳ hợp tác, liên kết giữa doanh nghiệp du lịch với hộ nông dân trong phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Chu kỳ hợp tác, liên kết dài	07/24	29,2
2	Chu kỳ hợp tác, liên kết ngắn	03/24	12,5
3	Chu kỳ hợp tác, liên kết thường xuyên bị đứt quãng, không ổn định	05/24	20,8
4	Chu kỳ hợp tác, liên kết không bị đứt quãng, ổn định	05/24	20,8
5	Chu kỳ hợp tác, liên kết không ổn định mà phụ thuộc vào tính chất, yêu cầu của quá trình hợp tác liên quan tính đặc thù của CBT (yếu tố khách quan, yếu tố chủ quan tác động đến CBT)	12/24	50,0
3.26.	Đánh giá của doanh nghiệp du lịch về chu kỳ hợp tác, liên kết giữa doanh nghiệp du lịch với doanh nghiệp du lịch trong phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Chu kỳ hợp tác, liên kết dài	08/24	33,3
2	Chu kỳ hợp tác, liên kết ngắn	01/24	4,2
3	Chu kỳ hợp tác, liên kết thường xuyên bị đứt quãng, không ổn định	04/24	16,7
4	Chu kỳ hợp tác, liên kết không bị đứt quãng, ổn định	07/24	29,2
5	Chu kỳ hợp tác, liên kết không ổn định mà phụ thuộc vào tính chất, yêu cầu của quá trình hợp tác liên quan tính đặc thù của CBT (yếu tố khách quan, yếu tố chủ quan tác động đến CBT)	09/24	37,5
3.27.	Đánh giá của doanh nghiệp du lịch về tỷ lệ phá vỡ hợp đồng hợp tác, liên kết giữa doanh nghiệp du lịch với hộ nông dân trong phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Rất ổn định, không phá vỡ hợp đồng	02/24	8,3
2	Ổn định, không phá vỡ hợp đồng	09/24	37,5
3	Thỉnh thoảng	09/24	37,5
4	Thường xuyên	04/24	16,7
5	Rất thường xuyên	0/24	0
3.28.	Đánh giá của doanh nghiệp du lịch về tỷ lệ phá vỡ hợp đồng hợp tác, liên kết giữa doanh nghiệp du lịch với doanh nghiệp du lịch trong phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Rất ổn định, không phá vỡ hợp đồng	02/24	8,3
2	Ổn định, không phá vỡ hợp đồng	10/24	41,7
3	Thỉnh thoảng	10/24	41,7

4	Thường xuyên	02/24	8,3
5	Rất thường xuyên	0/24	0
3.29.	Đánh giá của doanh nghiệp du lịch về quy mô hợp tác, liên kết giữa doanh nghiệp du lịch với hộ nông dân trong phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Có tăng so với trước	17/23	73,9
2	Không tăng so với trước	06/23	26,1
3.30.	Đánh giá của doanh nghiệp du lịch về quy mô hợp tác, liên kết giữa doanh nghiệp du lịch với doanh nghiệp du lịch trong phát triển doanh nghiệp du lịch ở vùng ĐBSCL		
1	Có tăng so với trước	14/22	63,6
2	Không tăng so với trước	08/22	36,4
3.31.	Đánh giá của doanh nghiệp du lịch về quy mô tổng giá trị hợp đồng tăng so với trước khi hợp tác, liên kết giữa doanh nghiệp du lịch với hộ nông dân trong phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Có tăng so với trước	15/20	75,0
2	Không tăng so với trước	05/20	25,0
3.32.	Đánh giá của doanh nghiệp du lịch về quy mô tổng giá trị hợp đồng tăng so với trước khi hợp tác, liên kết giữa doanh nghiệp du lịch với doanh nghiệp du lịch trong phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Có tăng so với trước	13/20	65,0
2	Không tăng so với trước	07/20	35,0
3.33.	Đánh giá của doanh nghiệp du lịch về thu nhập, lợi nhuận của doanh nghiệp du lịch so với trước khi hợp tác, liên kết với hộ nông dân và các doanh nghiệp du lịch khác trong phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Không tăng so với trước	0/23	0
2	Tăng ít hơn so với trước	07/23	30,4
3	Bình thường	08/23	34,8
4	Tăng hơn so với trước	08/23	34,8
5	Rất tăng cao so với trước	0/23	0
3.34.	Đánh giá của doanh nghiệp du lịch về mức độ ứng dụng, chuyển giao công nghệ, chuyển đổi số của doanh nghiệp du lịch so với trước khi hợp tác, liên kết trong phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Không ứng dụng	02/23	8,7
2	Đang nghiên cứu ứng dụng	05/23	21,7
3	Bình thường	06/23	26,1
4	Ứng dụng nhiều hơn so với trước	10/23	43,5
5	Rất được ứng dụng nhiều hơn so với trước	0/23	0
3.35.	Đánh giá của doanh nghiệp du lịch về nhận thức của người dân trong quá trình bảo vệ, giữ gìn, tôn tạo cảnh quan thiên nhiên, văn hóa, cải tạo môi trường trong phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Rất không có ý thức	0/23	0
2	Không có ý thức	02/23	8,7

3	Bình thường	09/23	39,1
4	Có ý thức	10/23	43,5
5	Rất có ý thức	02/23	8,7
3.36.	Đánh giá của doanh nghiệp du lịch về mức độ hiệu quả và cải thiện các vấn đề môi trường khi hợp tác, liên kết trong phát triển CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Rất không hiệu quả	0/23	0
2	Không hiệu quả	02/23	8,7
3	Bình thường	11/23	47,8
4	Hiệu quả	10/23	43,5
5	Rất hiệu quả	0/23	0
IV.	Ý KIẾN CỦA DU KHÁCH VỀ DU LỊCH CỘNG ĐỒNG Ở VÙNG ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG	Khảo sát 210 du khách	
4.1.	Kênh thông tin du khách tiếp cận về CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Ti vi	70/203	34,5
2	Báo, tạp chí in	44/203	21,7
3	Internet	139/203	68,5
4	Công ty du lịch	44/203	21,7
5	Người thân, bạn bè	110/203	54,2
6	Ấn phẩm du lịch	19/203	9,4
7	Khác	04/203	2,0
4.2.	Tần suất du khách đến với CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Lần đầu tiên	89/202	44,1
2	Lần thứ hai	43/202	21,3
3	Lần thứ ba	15/202	7,4
4	Từ bốn lần trở lên	55/202	27,2
4.3.	Mục đích chuyến đi của du khách đến với CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Tham quan	165/203	81,3
2	Giải trí	102/203	50,2
3	Nghỉ dưỡng	70/203	34,5
4	Tâm linh, tín ngưỡng	20/203	9,9
5	Học tập, nghiên cứu	64/203	31,5
6	Kinh doanh	10/203	4,9
7	Công tác, hội họp	23/203	11,3
8	Khác	03/203	1,5
4.4.	Hình thức du khách lựa chọn đến với CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Mua tour của công ty du lịch	52/204	25,5
2	Do cơ quan, đoàn thể tổ chức	70/204	34,3
3	Đi một mình	26/204	12,7
4	Đi cùng bạn bè, gia đình	144/204	70,6
5	Khác	01/204	0,5
4.5.	Phương tiện du khách lựa chọn đến với CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Xe máy cá nhân	80/204	39,2
2	Thuê xe máy	22/204	10,8
3	Ô tô của cơ quan hoặc cá nhân	86/204	42,2
4	Ô tô của công ty du lịch	78/204	38,2

5	Tàu thủy	22/204	10,8
6	Khác	07/204	3,5
4.6.	Đánh giá của du khách về sự hấp dẫn của CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Phong cảnh đẹp	149/203	73,0
2	Không khí trong lành	134/203	66,0
3	Di sản văn hóa đặc sắc	103/203	50,7
4	Sự mến khách của người dân	120/203	59,1
5	Các món ăn đặc sản hấp dẫn	113/203	55,7
6	Đặc điểm hoang sơ	53/203	26,1
7	Bãi biển đẹp	43/203	21,2
8	Khác	01/203	0,5
4.7.	Hoạt động chủ yếu của du khách khi đến với CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Tham quan di tích lịch sử - văn hóa, làng nghề	146/203	71,9
2	Thưởng thức món ăn đặc sản địa phương;	144/203	70,9
3	Mua đặc sản, quà lưu niệm sản xuất tại địa phương	82/203	40,4
4	Tham gia các sinh hoạt cộng đồng: lễ hội, trò chơi dân gian	74/203	36,5
5	Thưởng thức nghệ thuật cổ truyền: đờn ca tài tử, dân ca, dân vũ	78/203	38,4
6	Tham gia chương trình ngắm cảnh, tắm biển, tham quan đảo	75/203	36,9
7	Tìm hiểu đời sống văn hóa của người dân địa phương	88/203	43,3
4.8.	Loại hình lưu trú du khách lựa chọn khi đến với CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Khách sạn	98/202	48,5
2	Nhà khách, nhà nghỉ	53/202	26,2
3	Nhà dân (homestay)	35/202	17,3
4	Cắm trại	15/202	7,4
5	Khác	01/202	0,6
4.9.	Mức độ hài lòng của du khách đối với các điểm CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Rất không hài lòng	13/202	6,4
2	Không hài lòng	01/202	0,5
3	Bình thường	23/202	11,4
4	Hài lòng	116/202	57,4
5	Rất hài lòng	49/202	24,3
4.10.	Sự dự định của du khách sẽ quay trở lại lần sau khi đến với các điểm CBT ở vùng ĐBSCL		
1	Chắc chắn không	02/203	1,0
2	Không	03/203	1,5
3	Chưa biết	31/203	15,3
4	Có	104/203	51,2
5	Chắc chắn có	63/203	31,0
4.11.	Sự dự định của du khách sẽ giới thiệu điểm CBT ở vùng ĐBSCL đến với người thân, bạn bè		
1	Chắc chắn không	3/198	1,5
2	Không	2/198	1,0
3	Chưa biết	13/198	6,6

4	Có									113/198	57,1
5	Chắc chắn có									67/198	33,8
4.12.	Đánh giá của du khách về ý thức của người dân trong cộng đồng về bảo vệ, giữ gìn, tôn tạo, cảnh quan thiên nhiên, văn hóa, môi trường khi phát triển CBT ở vùng ĐBSCL										
1	Rất không có ý thức									01	0,5
2	Không có ý thức									06	3,0
3	Bình thường									58	28,7
4	Có ý thức									99	49,0
5	Rất có ý thức									38	18,8
5.1.	Đánh giá của doanh nghiệp du lịch về cơ chế hỗ trợ và phát huy vai trò của nhà nước trong quá trình hợp tác, liên kết phát triển CBT ở vùng ĐBSCL										
STT	Cơ chế	Hoàn toàn không quan tâm		Không hỗ trợ		Ít hỗ trợ		Hỗ trợ		Rất hỗ trợ	
		SL	%	SL	%	SL	%	SL	%	SL	%
1	Cơ chế 1	01	4,2	01	4,2	10	41,7	09	37,5	03	12,5
2	Cơ chế 2	01	4,2	01	4,2	09	37,5	12	50,0	01	4,2
3	Cơ chế 3	03	10,0	07	23,3	07	23,3	10	33,3	03	10,0
4	Cơ chế 4	0	0	03	13,0	07	30,4	10	43,5	03	13,0
5	Cơ chế 5	01	4,2	03	12,5	08	33,3	09	37,5	03	12,5
6	Cơ chế 6	0	0	01	4,2	6	25,0	15	62,5	02	8,3
* Ghi chú: Cơ chế 1: Đề ra các chính sách, phát triển hạ tầng, cấp giấy phép, hoạt động xúc tiến, định hướng, tuyên truyền để các chủ thể tham gia liên kết tự nguyện làm theo và có chế tài bắt buộc; Cơ chế 2: Phối hợp, liên kết với các cơ quan quản lý nhà nước về du lịch trên địa bàn vùng, lãnh thổ để trao đổi kinh nghiệm quản lý nhà nước về phát triển CBT nhằm nâng cao năng lực, hiệu quả và hiệu lực quản lý. Đồng thời, phối hợp để nghiên cứu đề xuất, bổ sung cơ chế chính sách, cơ chế phát triển CBT trên địa bàn vùng, lãnh thổ; Cơ chế 3: Khuyến khích, tạo điều kiện thuận lợi, thực hiện triệt để cải cách hành chính để trợ các hoạt động phát triển CBT, cho các nhà đầu tư, cho các doanh nghiệp đến tìm cơ hội đầu tư, đặt văn phòng đại diện, chi nhánh du lịch tại các địa phương; Cơ chế 4: Thúc đẩy giao lưu, hợp tác giữa các hiệp hội du lịch, các trung tâm thông tin và xúc tiến du lịch, các câu lạc bộ, hội nghề nghiệp hoạt động du lịch; Cơ chế 5: Phối hợp với nhà khoa học điều tra, nghiên cứu, đánh giá, lập và thực hiện các quy hoạch phát triển CBT hoặc điều chỉnh, bổ sung các quy hoạch phát triển CBT phù hợp với thực tế trên địa bàn vùng, lãnh thổ; Cơ chế 6: Đảm bảo an ninh an toàn trong cộng đồng trên địa bàn vùng, lãnh thổ.											
5.2.	Nhận định của du khách về kết cấu hạ tầng phục vụ phát triển CBT ở vùng ĐBSCL										
STT	Nhận định	Hoàn toàn không đồng ý		Không đồng ý		Trung lập		Đồng ý		Rất đồng ý	
		SL	%	SL	%	SL	%	SL	%	SL	%
1	Nhận định 1	15	7,5	11	5,5	42	20,9	85	42,3	48	23,9
2	Nhận định 2	14	6,9	14	6,9	64	31,7	73	36,1	37	18,3
3	Nhận định 3	16	7,9	04	2,0	29	14,4	96	47,5	57	28,2
4	Nhận định 4	14	6,9	05	2,5	31	15,3	97	48,0	55	27,2
5	Nhận định 5	19	6,4	05	2,5	30	14,9	90	44,6	64	31,7
6	Nhận định 6	16	8,0	06	3,0	36	18,0	97	48,5	45	22,5

* Ghi chú: *Nhận định 1* “đường sá đến điểm du lịch thuận tiện”; - *Nhận định 2* “nhà vệ sinh công cộng đảm bảo phục vụ du lịch tốt”; *Nhận định 3* “hệ thống cung cấp điện đảm bảo phục vụ du lịch tốt”; *Nhận định 4* “hệ thống cung cấp nước đảm bảo phục vụ du lịch tốt”; *Nhận định 5* “hệ thống thông tin liên lạc đảm bảo phục vụ du lịch tốt”; *Nhận định 6* “phương tiện giao thông có chất lượng tốt”.

5.3. Đánh giá của doanh nghiệp du lịch về mức độ ảnh hưởng của các nhân tố ảnh hưởng đến liên kết kinh tế trong phát triển CBT ở vùng ĐBSCL

STT	Nhân tố	Hoàn toàn không ảnh hưởng		Không ảnh hưởng		Ít ảnh hưởng		Ảnh hưởng		Rất ảnh hưởng	
		SL	%	SL	%	SL	%	SL	%	SL	%
1	Nhân tố 1	01	4,5	02	9,1	05	22,7	11	50,0	03	13,6
2	Nhân tố 2	0	0	02	8,7	07	30,4	11	47,8	03	13,0
3	Nhân tố 3	0	0	01	4,3	07	30,4	10	43,5	05	4,7
4	Nhân tố 4	0	0	01	4,3	06	26,1	13	56,5	03	13,0
5	Nhân tố 5	0	0	02	8,7	06	26,1	10	43,5	05	4,7
6	Nhân tố 6	0	0	01	4,5	04	18,2	13	59,1	04	18,2
7	Nhân tố 7	0	0	01	4,3	05	21,7	14	60,9	03	13,0

* Ghi chú: *Nhân tố 1*: Nhận thức, tâm lý, tư duy của các chủ thể tham gia liên kết; *Nhân tố 2*: Động cơ của các chủ thể tham gia liên kết; *Nhân tố 3*: Trình độ, năng lực của các chủ thể tham gia liên kết; *Nhân tố 4*: Thị trường du lịch và du khách; *Nhân tố 5*: Vai trò của nhà nước và hệ thống các chính sách, môi trường pháp lý liên quan đến liên kết kinh tế nhằm phát triển CBT; *Nhân tố 6*: Bối cảnh hội nhập quốc tế; *Nhân tố 7*: Sự phát triển của ngành du lịch trong thời kỳ hậu Covid-19.

5.4. Nhận định của du khách về yếu tố hấp dẫn của CBT ở vùng ĐBSCL

STT	Nhận định	Hoàn toàn không đồng ý		Không đồng ý		Trung lập		Đồng ý		Rất đồng ý	
		SL	%	SL	%	SL	%	SL	%	SL	%
1	Nhận định 1	15	7,5	3	1,5	20	10,1	91	45,7	70	35,2
2	Nhận định 2	13	6,7	9	4,6	33	16,9	84	43,1	56	28,7
3	Nhận định 3	13	6,5	0	0	31	15,5	84	42,0	72	36,0
4	Nhận định 4	13	6,6	3	1,5	27	13,7	80	40,6	74	37,6
5	Nhận định 5	14	7,1	5	2,6	32	16,3	78	39,8	67	34,2
6	Nhận định 6	12	6,0	2	1,0	19	9,5	84	42,0	83	41,5
7	Nhận định 7	14	7,0	6	3,0	37	18,5	83	41,5	60	30,0

* Ghi chú: *Nhận định 1*: Phong cảnh thiên nhiên hấp dẫn; *Nhận định 2*: Cảnh hoang sơ, hùng vĩ, bãi biển đẹp; *Nhận định 3*: Hệ sinh thái tự nhiên phong phú, đa dạng; *Nhận định 4*: Di tích lịch sử - văn hóa có giá trị; *Nhận định 5*: Lễ hội và phong tục tập quán đặc sắc; *Nhận định 6*: Người dân rất thân thiện, mến khách; *Nhận định 7*: Môi trường trong lành, chưa bị ô nhiễm.

5.5. Nhận định của du khách về chất lượng sản phẩm và dịch vụ tại các điểm CBT ở vùng ĐBSCL											
STT	Nhận định	Hoàn toàn không đồng ý		Không đồng ý		Trung lập		Đồng ý		Rất đồng ý	
		SL	%	SL	%	SL	%	SL	%	SL	%
1	Nhận định 1	13	6,4	5	2,5	43	21,0	99	49,0	42	20,8
2	Nhận định 2	13	6,5	7	3,5	37	18,4	98	48,8	46	22,9
3	Nhận định 3	13	6,5	2	1,0	39	19,5	97	48,5	49	24,5
4	Nhận định 4	14	7,0	6	3,0	31	15,6	95	47,7	53	26,6
5	Nhận định 5	12	5,9	3	1,5	33	16,3	90	44,6	64	31,7
6	Nhận định 6	12	5,9	4	2,0	39	19,3	97	48,0	50	24,8
7	Nhận định 7	13	6,5	5	2,5	39	19,5	92	46,0	51	25,5
8	Nhận định 8	11	5,5	3	1,5	55	27,5	88	46,0	43	21,5
9	Nhận định 9	12	6,0	5	2,5	36	18,0	96	48,0	51	25,5
10	Nhận định 10	11	5,5	4	2,0	40	20,0	100	50,0	45	22,5
* Ghi chú: <i>Nhận định 1</i> : Sản phẩm và dịch vụ du lịch đa dạng; <i>Nhận định 2</i> : Sản phẩm và dịch vụ du lịch hấp dẫn; <i>Nhận định 3</i> : Địa bàn du lịch có nhiều điểm tham quan hấp dẫn; <i>Nhận định 4</i> : Nơi tiếp đón khách rộng rãi, thoáng mát; <i>Nhận định 5</i> : Các món ăn có tính độc đáo, hấp dẫn với du khách; <i>Nhận định 6</i> : Dịch vụ ăn uống đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm; <i>Nhận định 7</i> : Dịch vụ ăn uống có chất lượng tốt; <i>Nhận định 8</i> : Dịch vụ homestay (nghỉ tại nhà dân) có chất lượng tốt; <i>Nhận định 9</i> : Du khách được trải nghiệm đời sống địa phương; <i>Nhận định 10</i> : Dịch vụ vận chuyển khách du lịch được tổ chức tốt.											
5.6. Nhận định của du khách về chất lượng phục vụ của hộ nông dân tại các điểm CBT ở vùng ĐBSCL											
STT	Nhận định	Hoàn toàn không đồng ý		Không đồng ý		Trung lập		Đồng ý		Rất đồng ý	
		SL	%	SL	%	SL	%	SL	%	SL	%
1	Nhận định 1	12	5,9	0	0	23	11,4	86	42,6	81	40,1
2	Nhận định 2	12	5,9	3	1,5	21	10,3	84	41,4	83	40,9
3	Nhận định 3	12	5,9	3	1,5	38	19,0	92	46,0	55	27,5
4	Nhận định 4	13	6,0	2	1,0	32	15,8	97	48,0	58	28,7
5	Nhận định 5	13	6,4	4	2,0	30	15,0	93	46,5	60	30,0
6	Nhận định 6	13	6,5	3	1,5	23	11,4	100	49,8	62	30,8
7	Nhận định 7	13	6,6	2	1,0	30	15,2	90	45,5	63	31,8
* Ghi chú: <i>Nhận định 1</i> : Luôn thân thiện, niềm nở với khách; <i>Nhận định 2</i> : Sẵn sàng giúp đỡ, đáp ứng yêu cầu của khách; <i>Nhận định 3</i> : Có kiến thức và kỹ năng du lịch tốt; <i>Nhận định 4</i> : Có khả năng giao tiếp tốt; <i>Nhận định 5</i> : Lắng nghe và kịp thời giải quyết phàn nàn của khách; <i>Nhận định 6</i> : Trang phục và tác phong lịch sự, trang nhã; <i>Nhận định 7</i> : Khách luôn cảm thấy tin tưởng và hài lòng.											

5.7. Nhận định của du khách về an ninh trật tự và an toàn tại các điểm CBT ở vùng ĐBSCL											
STT	Nhận định	Hoàn toàn không đồng ý		Không đồng ý		Trung lập		Đồng ý		Rất đồng ý	
		SL	%	SL	%	SL	%	SL	%	SL	%
1	Nhận định 1	14	7,0	13	6,5	42	20,9	84	41,8	48	23,9
2	Nhận định 2	17	8,5	18	9,0	59	29,5	68	34,0	38	19,0
3	Nhận định 3	16	8,0	12	6,0	50	24,9	77	38,3	46	22,9
4	Nhận định 4	17	8,5	11	5,5	51	25,4	71	35,3	51	25,4
5	Nhận định 5	15	7,5	7	3,5	48	23,9	83	41,3	48	23,9
6	Nhận định 6	15	7,5	8	4,0	39	19,6	90	45,2	47	23,6
7	Nhận định 7	14	6,9	01	0,5	34	16,8	91	45,0	62	30,7

* Ghi chú: *Nhận định 1*: Không có tình trạng ăn xin; *Nhận định 2*: Không có tình trạng bán hàng rong; *Nhận định 3*: Không có tình trạng chèo kéo, nài ép khách; *Nhận định 4*: Không có tình trạng trộm cắp; *Nhận định 5*: Không có tình trạng mê tín dị đoan; *Nhận định 6*: Không có tình trạng chen lấn, xô đẩy, mất trật tự; *Nhận định 7*: Khách luôn cảm thấy vui vẻ và thoải mái.

5.8. Nhận định của du khách về giá cả dịch vụ tại các điểm CBT ở vùng ĐBSCL											
STT	Nhận định	Hoàn toàn không đồng ý		Không đồng ý		Trung lập		Đồng ý		Rất đồng ý	
		SL	%	SL	%	SL	%	SL	%	SL	%
1	Nhận định 1	14	7,0	2	1,0	45	22,4	91	45,3	49	24,4
2	Nhận định 2	13	6,5	5	2,5	38	18,9	91	45,3	54	26,9
3	Nhận định 3	13	6,5	6	3,0	40	19,9	90	44,8	52	25,9
4	Nhận định 4	13	6,5	3	1,5	40	19,9	94	46,8	51	25,4

* Ghi chú: *Nhận định 1*: Giá cả lưu trú nhà dân (hợp lí); *Nhận định 2*: Giá cả ăn uống hợp lí; *Nhận định 3*: Giá cả mua sắm hợp lí; *Nhận định 4*: Giá cả dịch vụ tham quan hợp lí.

PHỤ LỤC
ĐẶC ĐIỂM VỊ TRÍ ĐỊA LÝ, ĐIỀU KIỆN TỰ NHIÊN,
TÀI NGUYÊN THIÊN NHIÊN, HỆ SINH THÁI, KINH TẾ, VĂN HÓA - XÃ HỘI,
KẾT CẤU HẠ TẦNG KINH TẾ, KỸ THUẬT
VÙNG ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG

* *Vị trí địa lý:* ĐBSCL là cực nam của Việt Nam, có vị trí chiến lược, địa chính trị, địa quân sự, địa kinh tế hết sức quan trọng đối với cả nước. ĐBSCL liền kề với thành phố Hồ Chí Minh và vùng Đông Nam Bộ, phía Bắc giáp với Campuchia, phía Đông Nam là Biển Đông, phía Tây Nam là Vịnh Thái Lan. Đây là vùng liền kề tuyến hàng hải Đông - Tây có đường giao thông hàng hải và hàng không quốc tế quan trọng, kết nối Nam Á và Đông Á, với Australia và các quần đảo khác trong Thái Bình Dương, với chiều dài hơn 700km bờ biển, chiếm 23% bờ biển cả nước (*Xem Ảnh 1*) [29]. Trong chương trình hợp tác Tiểu vùng sông Mêkong, ĐBSCL được đặc biệt quan tâm, đây là cơ hội đẩy mạnh hợp tác với các nước trong khu vực để phát triển kinh tế - xã hội nói chung và liên kết kinh tế phát triển du lịch nói riêng.

* *Điều kiện tự nhiên, tài nguyên thiên nhiên, hệ sinh thái*

ĐBSCL có tiềm năng về điều kiện tự nhiên, tài nguyên thiên nhiên đặc trưng như: trồng lúa, cây ăn trái, phong cảnh miệt vườn, những khu rừng ngập mặn, rừng nguyên sinh, rừng tràm rộng lớn, những cánh đồng ngập nước vào mùa lũ, có tiềm năng du lịch mùa nước nổi, nguồn lợi thủy sản dồi dào, có vùng núi giữa đồng bằng, có đảo Phú Quốc và các đảo nhỏ ven vờ, bãi biển đẹp,... Các nguồn lực này chính là lợi thế cho việc phát triển CBT ở ĐBSCL nếu như có sự liên kết và phát huy nó để biến nông nghiệp đơn thuần truyền thống thành du lịch nông nghiệp mang đậm bản sắc ĐBSCL [144, tr.226].

ĐBSCL có cảnh quan và hệ sinh thái ngập nước và đa dạng sinh học, là một trong những vùng đồng bằng rộng lớn nhất thế giới (đứng thứ 3, sau đồng bằng Amazon của Braxin và đồng bằng sông Hằng của Ấn Độ). ĐBSCL có

khí hậu cận xích đạo nắng ấm, ít bị thiên tai, không có sóng quá lớn hay ghềnh thác nên rất an toàn cho hoạt động du lịch, vì thế ĐBSCL có thể phát triển du lịch bốn mùa, gắn với những dòng sông.

** Điều kiện kinh tế, văn hóa - xã hội*

Quy mô kinh tế vùng ĐBSCL ngày càng được mở rộng, năm 2020 đạt khoảng 970 nghìn tỷ đồng, chiếm 11,95% GDP cả nước, GRDP bình quân đầu người đạt 56,02%/người/năm [84]. Năm 2023, tổng sản phẩm GRDP ước tính tăng 6,6% so với cùng kỳ, và chỉ thấp hơn tốc độ tăng 8,6% của năm 2022 trong giai đoạn 2020 - 2023... Cơ cấu kinh tế (ước tính khu vực nông, lâm nghiệp và thủy sản chiếm tỷ trọng 29,7%; khu vực công nghiệp và xây dựng chiếm 28,3%; khu vực dịch vụ chiếm 37,6%) [146].

ĐBSCL đóng góp khoảng 50% sản lượng lúa, 95% sản lượng gạo xuất khẩu, gần 65% sản lượng thủy sản nuôi trồng, 60% lượng cá xuất khẩu và gần 70% các loại trái cây của cả nước; đứng đầu cả nước về sản lượng gạo, tôm nước lợ, cá tra và trái cây, với 24,5 triệu tấn thóc, chiếm 55,4% cả nước; 0,78 triệu tấn tôm, chiếm 83,5%; 1,47 triệu tấn cá tra, chiếm 98% và 4,3 triệu tấn trái cây, chiếm 60% [29].

ĐBSCL mang đậm nét văn hóa đặc trưng của miền sông nước, miệt vườn. Sức hấp dẫn đối với du khách, nhất là khách nước ngoài chính là sự mộc mạc, giản dị. Mỗi địa phương trong vùng là một cảnh sắc khác nhau (như: ven sông Bến Tre có những rặng dừa, Sóc Trăng có các rặng bần, Cà Mau, Bạc Liêu có rặng dừa nước, rừng đước, rừng mắm, ...). Nét văn hóa miệt vườn đặc trưng, với vườn cây trĩu quả, cùng với văn hóa đờn ca tài tử, cải lương hết sức đặc sắc. Chợ nổi là nét văn hóa đặc trưng của Tây Nam Bộ, nhiều chợ nổi được hình thành từ lâu đời như chợ nổi Cái Răng (Cần Thơ), Phụng Hiệp (Hậu Giang), Cái Bè (Tiền Giang),... [87].

ĐBSCL là địa bàn đa dân tộc, đa tôn giáo, tín ngưỡng (Phật giáo, Thiên Chúa giáo, Cao Đài, Hòa Hảo, Bửu sơn Kỳ Hương, Tứ ân Hữu Nghĩa... thờ bà Chúa Sứ, thờ Tiên hiền, Hậu hiền, những người có công với dân, với

nước). Nhìn chung, tập quán và kỹ năng sống của người dân ĐBSCL đã hình thành bản sắc văn hóa riêng của cư dân sông nước - đó cũng là một dạng tiềm năng du lịch chưa được khai thác nhiều [145].

** Kết cấu hạ tầng kinh tế, kỹ thuật*

Vùng ĐBSCL có các phương thức giao thông đường bộ, đường thủy, đường biển và đường hàng không. Các tuyến đường bộ dần được đầu tư hoàn thiện. Tuy nhiên hạ tầng giao thông vẫn còn nhiều hạn chế và chưa đồng bộ, chưa liên kết được các địa phương trong Vùng. Đặc biệt là hạ tầng giao thông đến vùng sâu, vùng xa có tiềm năng phát triển CBT. Theo Báo cáo kinh tế thường niên ĐBSCL năm 2022, cho thấy tỷ lệ đường quốc lộ thấp hơn nhiều so với tỷ trọng diện tích, dân số (10,9%) tỷ lệ so với cả nước. Cũng là vùng có chỉ số chất lượng đường quốc lộ thấp hơn mức bình quân cả nước, đứng thứ 2 từ dưới lên, chỉ cao hơn vùng Bắc Trung Bộ và thua cả miền núi phía Bắc và Tây Nguyên. ĐBSCL chỉ có 6,7% chiều dài đường cao tốc cả nước, chỉ cao hơn Tây Nguyên và thấp hơn rất nhiều so với tỷ trọng diện tích, dân số cũng như đóng góp GDP của ĐBSCL so với cả nước [145].

Giao thông đường thủy là điểm mạnh, mang nét đặc sắc vùng ĐBSCL, là mặt thuận lợi được phát huy nhưng cũng là điểm nghẽn, hạn chế về hạ tầng bến bãi đường thủy [46]. Giao thông đường thủy nội địa đóng vai trò quan trọng ở ĐBSCL, đặc biệt là cho phát triển CBT nhưng lại thiếu đầu tư trầm trọng với ngân sách đầu tư giảm từ 2-3% tổng ngân sách đầu tư giao thông giai đoạn 2011 - 2015 xuống chỉ còn 1,2% trong giai đoạn 2016 - 2020 [144].

Hệ thống điện và cấp nước được đầu tư nâng cấp, mạng lưới viễn thông, internet phát triển khá tốt. Nhiều chính sách đầu tư hạ tầng, kỹ thuật về sản xuất, cung cấp và tiêu thụ điện, nước sạch được Chính phủ quan tâm triển khai có hiệu quả ở vùng ĐBSCL đã tạo điều kiện thuận lợi cho phát triển kinh tế - xã hội của vùng nói chung và phát triển du lịch nói riêng.

PHỤ LỤC CÁC ẢNH

Ảnh 1. Bản đồ hành chính vùng đồng bằng sông Cửu Long



Nguồn: Atlas địa lý Việt Nam, NXB Giáo dục Việt Nam, 2022

Biên tập: Huỳnh Hải Đăng

Nguồn: Atlas địa lý Việt Nam, NXB Giáo dục Việt Nam, 2022 (Biên tập Huỳnh Hải Đăng)

Ảnh 2. Bản đồ Quy hoạch mạng lưới hạ tầng giao thông vùng ĐBSCL



Nguồn: Cửu Long (2020), 7 dự án cao tốc ở Đồng bằng sông Cửu Long [63].

Ảnh 3. Một số hình ảnh về CBT ở vùng ĐBSCL

- Massage chân bằng cá ở Bè Cá Bảy Bon, Khu CBT Cồn Sơn ở Cần Thơ



Nguồn: Tác giả khảo sát thực địa tại Khu Du lịch Cồn Sơn.

- Cá lóc bay tại Khu CBT Cồn Sơn ở Cần Thơ



Nguồn: Trung tâm phát triển du lịch thành phố Cần Thơ (2022), *Đến Cồn Sơn ở Cần Thơ thò tay xuống đung cá Koi, xem cá lóc bay, một người Hải Phòng hé lộ điều này*, [133].

- Nghề “ăn ong” tại rừng tràm U Minh ở Cà Mau



Nguồn: Hiếu Nghĩa (2021), Ăn nên làm ra nhờ du lịch cộng đồng [86].

- Hàng rào hoa của nhà dân tại tỉnh Đồng Tháp



Nguồn: Nhật An (2023), Đồng Tháp: Rực rỡ hàng rào bông trang ở vùng quê thanh bình [1].

- Mô hình sản xuất nông nghiệp kết hợp CBT, sinh thái ở tỉnh Hậu Giang



Nguồn: Tâm Quân (2023), *Hậu Giang: Phân ra 4 cụm để phát triển CBT* [97].

- Du khách trải nghiệm bằng phương tiện thân thiện với môi trường tại Khu CBT ở Tiền Giang



Nguồn: Sở Văn hóa Thể thao và Du lịch Tiền Giang (2024), *Phát triển CBT có trách nhiệm tại Tiền Giang* [104].