

YẾU TỐ VỐN XÃ HỘI TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH NÔNG NGHIỆP – TRƯỜNG HỢP CỒN CHIM, TỈNH TRÀ VINH

Hoàng Ngọc Minh Châu⁽¹⁾

(1) Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn (VNU-HCM)

Ngày nhận bài 20/4/2023; Ngày gửi phản biện 25/4/2023; Chấp nhận đăng 20/5/2023

Liên hệ email: hoangngocminhchau@hcmussh.edu.vn

<https://doi.org/10.37550/tdmu.VJS/2023.03.440>

Tóm tắt

Việc phát triển du lịch đang được xem là một cơ hội để phát triển kinh tế cho nhiều địa phương trên toàn thế giới, đặc biệt là các vùng nông thôn khi mà hoạt động nông nghiệp gặp khó khăn và thu nhập người nông dân giảm sút. Tại Việt Nam, trong trường hợp tại Cồn Chim, tỉnh Trà Vinh, các hoạt động du lịch theo hướng khai thác yếu tố nông nghiệp, cảnh quan nông thôn, cuộc sống của cộng đồng dân cư nông thôn.

Phương pháp nghiên cứu định tính, thông qua khảo sát thực địa và phỏng vấn sâu trong ba lần vào các năm 2020, 2021 và 2022. Kết quả cho thấy yếu tố vốn xã hội đóng vai trò quan trọng trong việc phát triển du lịch nông nghiệp tại Cồn Chim thông qua ba khía cạnh chính: niềm tin lẫn nhau trong cộng đồng, sự trao đổi thông suốt dễ dàng và mạng lưới liên kết xã hội hiệu quả.

Cộng đồng địa phương và các hộ dân làm du lịch có mối quan hệ bà con chặt chẽ, niềm tin lẫn nhau cao. Người dân địa phương thường xuyên liên lạc và trao đổi thông tin dễ dàng. Đồng thời với mạng lưới xã hội hiệu quả, các hộ dân đã đồng hành cùng chuyên gia nghiên cứu, chính quyền địa phương và công ty du lịch trong quá trình hình thành ý tưởng, kết nối thị trường, phát triển du lịch tại đây. Yếu tố vốn xã hội đã giúp tạo nên một điểm đến hấp dẫn, thu hút, bền vững trên địa bàn.

Từ khóa: Cồn Chim, du lịch nông nghiệp, Trà Vinh, vốn xã hội

Abstract

SOCIAL CAPITAL FACTOR IN AGRICULTURAL TOURISM DEVELOPMENT – THE CASE OF CHIM ISLET, TRA VINH PROVINCE

The development of tourism is being seen as an opportunity for economic development for many localities around the world, especially in rural areas where agricultural activities are struggling and farmers' incomes are declining. In Vietnam, in the case of Con Chim, Tra Vinh province, tourism activities here are oriented towards exploiting agricultural factors, rural landscape, and life of rural communities.

Qualitative research methodology, through field surveys and in-depth interviews on three times in 2020, 2021 and 2022. The results show that social capital plays an important role in the development of agricultural tourism in Con Chim through three main aspects: mutual trust in the community, easy smooth exchange and effective social network.

Local communities and households involved in tourism have a close-knit relationship with high levels of mutual trust. Local residents frequently communicate and exchange information easily. Along with an efficient social network, households have accompanied researchers, local authorities, and tourism companies in the process of forming ideas, connecting with markets, and developing tourism in the area. The social capital factor has helped to create an attractive, sustainable destination in the area.

1. Đặt vấn đề

Đã có nhiều nghiên cứu về sự phát triển du lịch cộng đồng nói chung, du lịch nông nghiệp nói riêng dựa trên vốn xã hội của cộng đồng. Sự liên kết bền chặt giữa các hộ dân trong cộng đồng, các hoạt động tập thể và hoạt động hợp tác của cộng đồng cũng đóng vai trò quan trọng trong việc phát triển du lịch. Mọi người cùng có niềm tin và trách nhiệm đối với các vấn đề chung, bao gồm cả sự phát triển du lịch tại địa bàn. Điều này tạo nên nền tảng vững chắc để phát triển du lịch, đồng thời góp phần thúc đẩy sự phát triển kinh tế và xã hội của địa phương.

Cồn Chim, một cồn nhỏ nằm trên dòng sông Cổ Chiên, đã trở thành điểm đến du lịch nông nghiệp được hình thành từ tháng 9 năm 2019. Với vị trí biệt lập với đất liền, người dân địa phương phải sử dụng phà hoặc thuyền để di chuyển ra thị trấn. Tại đây, số lượng hộ dân ít, khoảng 50 hộ, với một cộng đồng gắn bó, thân thiết. Hoạt động nông nghiệp chính yếu là trồng lúa, nuôi tôm và nuôi cua. Với yếu tố vốn xã hội được khai thác và nghiên cứu, Cồn Chim trở thành một ví dụ thú vị trong quá trình phát triển du lịch nông nghiệp. Kết quả của nghiên cứu này sẽ cung cấp một trường hợp về tầm quan trọng của vốn xã hội trong quá trình phát triển du lịch, đặc biệt là tại các vùng nông thôn.

2. Hướng tiếp cận và phương pháp nghiên cứu

2.1. Khái niệm du lịch nông nghiệp

Trong những năm cuối thế kỷ 20, du lịch nông nghiệp đã được nhiều nhà nghiên cứu quan tâm. Thuật ngữ “du lịch nông nghiệp”, tiếng anh là agritourism, sự kết hợp của tiền tố nông nghiệp- (agri-) với danh từ du lịch (-tourism) đã dẫn đến sự hình thành một từ mới có nghĩa là du lịch nông nghiệp, đề cập đến hoạt động du lịch của con người với mục đích vui chơi giải trí trong môi trường canh tác nông nghiệp. Du lịch nông nghiệp là một hình thức nghỉ dưỡng thường được trải nghiệm ở các trang trại nông thôn (Sznajder, Przeborska, và Scrimgeour, 2009).

Du lịch nông nghiệp có thể có nhiều hình thức, bao gồm lưu trú tại trang trại, nhà nghỉ Bed & Breakfast B&B (nghĩa là dịch vụ lưu trú nhỏ, chỉ bao gồm giường ngủ và bữa sáng), tự thu hoạch sản phẩm nông nghiệp cho chính mình, lễ hội nông nghiệp, tour du lịch nông trại, v.v. Khi phát triển bền vững, du lịch nông nghiệp có thể làm tăng tiềm năng dài hạn trong việc bán các sản phẩm nông nghiệp tại chỗ giá cao hơn (Bowler và cộng sự 1996).

Tại Việt Nam, vào ngày 30/03/2018, Tổng cục Du lịch (TCDL) đã tổ chức hội thảo mang tên "Định hướng phát triển du lịch nông nghiệp từ góc độ sản phẩm và thị trường". Theo đó, nội hàm định nghĩa du lịch nông nghiệp được hiểu là (1) kết hợp giữa du lịch và nông nghiệp; (2) tăng nguồn thu cho nông dân; (3) hoạt động vui chơi giải trí gần gũi thiên nhiên, trải nghiệm cuộc sống nhà nông; (4) kết hợp giữa giá trị tự nhiên và giá trị văn hóa truyền thống tại vùng nông thôn.

Nhìn chung, du lịch nông nghiệp có thể được hiểu là một loại hình du lịch tập trung vào việc trải nghiệm cuộc sống, công việc và văn hóa của người dân nông thôn thông qua các hoạt động liên quan đến nông nghiệp. Loại hình du lịch này cung cấp cho du khách những trải nghiệm thực tế về cuộc sống của người dân nông thôn, giúp họ hiểu rõ hơn về quy trình sản xuất nông nghiệp và giá trị của sản phẩm nông nghiệp. Đồng thời, du lịch nông nghiệp cũng giúp gìn giữ và phát triển nền kinh tế nông nghiệp và tăng cường quan hệ giữa thành phố và nông thôn. Bài viết này sử dụng cách hiểu về du lịch nông nghiệp theo TCDL đề cập.

2.2. *Vốn xã hội trong phát triển du lịch*

Vốn xã hội được nhiều nghiên cứu đề cập đến và được xem là một trong những yếu tố quan trọng tác động đến sự phát triển du lịch có sự tham gia của cộng đồng cư dân địa phương (Thammajinda, 2013). Bourdier (1986) đã phân tích vốn xã hội liên quan đến mạng lưới các mối quan hệ xã hội hình thành giữa con người. Conleman (1988) phân tích trong phạm vi rộng hơn bằng cách xem xét vốn xã hội trong mối quan hệ giữa các cá nhân và độ tin cậy lẫn nhau giữa các thành viên trong một nhóm. Trong khi đó, Putnam (2000) tập trung phân tích vốn xã hội từ góc độ tinh thần gắn kết cộng đồng và sự tin cậy mà nó đem lại từ mạng lưới các mối quan hệ xã hội giữa cá nhân.

Lyda Judson Hanifan (1916) trong tác phẩm "Trung tâm cộng đồng học tập nông thôn" (The rural school community center) đề cập đến định nghĩa vốn xã hội như sau: "Vốn xã hội là những giá trị vô hình được tích lũy trong đời sống hàng ngày của con người, như thiện chí, sự đoàn kết, sự đồng cảm, quan hệ xã hội giữa các cá nhân và cộng đồng tạo nên một chỉnh thể xã hội" (Hanifan, 1916). "Mỗi cá nhân sẽ trở nên lạc lõng nếu làm việc đơn độc. Nhưng nếu họ giao tiếp với những người xung quanh, những giá trị xã hội sẽ được tích lũy, nó sẽ mang lại lợi ích cho cá nhân mỗi người cũng như cho xã hội và cải thiện đáng kể chất lượng cuộc sống của toàn cộng đồng" (Hanifan, 1916).

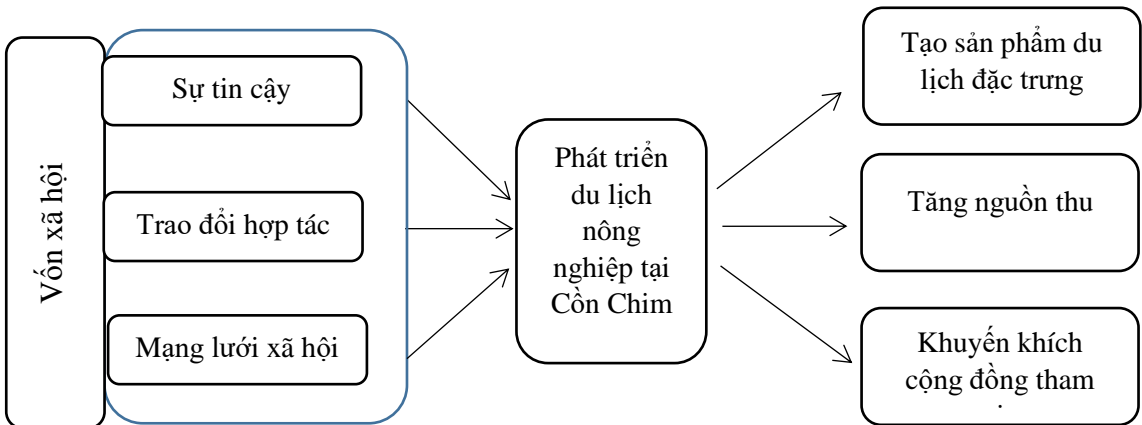
Svendsen & Bjornskov (2007) nghiên cứu trong bối cảnh 25 quốc gia ở Châu Âu, phân tích yếu tố "tự do chính trị", "Tham nhũng", "Niềm tin chung của cộng đồng", "Sự đóng góp của người dân" về vai trò của vốn xã hội trong phát triển du lịch có sự tham gia của cộng đồng (Svendsen và Bjornskov, 2007).

Sunkar và cộng sự (2016) đã phân tích các yếu tố chính là “niềm tin giữa các cá nhân”, “mạng lưới xã hội”, “chuẩn mực, giá trị, văn hóa xã hội”; “hành động tập thể và các hoạt động hợp tác” trong nghiên cứu sự tham gia của cộng đồng địa phương trong phát triển du lịch (Sunkar và cộng sự, 2016).

Tại Việt Nam, nghiên cứu một tình huống tại Thừa Thiên Huế, nhóm tác giả Đinh Thị Khánh Hà, Nguyễn Đoàn Hạnh Dung (2021) đã đưa ra mô hình các khía cạnh của vốn xã hội trong phát triển du lịch bao gồm: (1) Mạng xã hội; (2) Niềm tin; (3) Chuẩn mực tương hỗ (Đinh Thị Khánh Hà và Nguyễn Đoàn Hạnh Dung, 2021).

Trong một nghiên cứu từ Tổng cục du lịch, Viện nghiên cứu phát triển du lịch của Đỗ Thị Thanh Hoa (2020), nghiên cứu đã chỉ ra 3 khía cạnh trong việc sử dụng yếu tố vốn xã hội cho phát triển du lịch cộng đồng, đó là: (1) Sự tin cậy; (3) Trao đổi hợp tác; (3) Mạng lưới xã hội.

Trong nghiên cứu này, bài viết kế thừa và cải tiến từ khung phân tích từ công trình nghiên cứu của Tổng cục du lịch, đề cập đến 3 khía cạnh của vốn xã hội trong phát triển du lịch nông nghiệp tại Cồn Chim.



Hình 1. Vốn xã hội trong phát triển du lịch nông nghiệp tại Cồn Chim

Nguồn: tổng hợp từ tác giả (2023)

2.3. Phương pháp nghiên cứu

Bài nghiên cứu này sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính. Cụ thể, phương pháp phỏng vấn sâu được áp dụng để lấy các dữ liệu liên quan đến vai trò của vốn xã hội trong quá trình phát triển du lịch tại Cồn Chim, Trà Vinh. Khảo sát thực địa được nhóm nghiên cứu tiến hành ba lần trong các năm 2020, 2021, 2022 để tìm hiểu quá trình hình thành và phát triển du lịch tại đây. Trong mỗi đợt khảo sát nhóm nghiên cứu tiến hành phỏng vấn sâu tất cả các hộ dân (13 hộ) tham gia vào quá trình phát triển du lịch, đại diện Chính quyền địa phương (Sở Văn hóa Thể thao Du lịch Trà Vinh, Trung tâm xúc tiến du lịch Trà Vinh), đại diện công ty cung cấp sản phẩm du lịch (công ty trách nhiệm hữu hạn Đại Hưng), chuyên gia nghiên cứu phát triển du lịch từ Viện Nghiên cứu phát triển du lịch. Bảng hỏi bán cấu trúc khai thác vấn đề về quá trình hình thành và phát triển, cách

thức liên kết, vấn đề vốn xã hội trong quá trình phát triển du lịch tại Cồn Chim, Trà Vinh. Bên cạnh đó, các tài liệu là các bài nghiên cứu trong và ngoài nước; sách tham khảo liên quan đến lĩnh vực này; các tài liệu trên internet là bài báo cáo chuyên đề liên quan, bài tham luận, công trình nghiên cứu từ trang website của Tổng cục Du lịch, Sở Văn hoá Thể thao Du lịch Trà Vinh, Viện nghiên cứu phát triển du lịch, v.v. cũng được nhóm nghiên cứu sử dụng trong quá trình phân tích.

3. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

3.1. Giới thiệu Cồn Chim, tỉnh Trà Vinh

Nằm tại xã Hòa Minh, huyện Châu Thành, tỉnh Trà Vinh, Cồn Chim có diện tích không lớn, chỉ khoảng 60ha và bên bờ sông Cổ Chiên. Hoạt động chính yếu của người dân nơi đây là trồng lúa và nuôi thủy sản (tôm, cua). Từ 9/2019, Cồn Chim hình thành và khởi động các hoạt động du lịch nông nghiệp, trong khoảng thời gian này, Cồn Chim đã có hơn 16.000 lượt khách đến tham quan và trải nghiệm, đa phần đó là khách du lịch nội địa. Trung bình mỗi tháng có khoảng 1.500 lượt khách ghé thăm quan và trải nghiệm (Trần Lư, 2022). Các hoạt động du lịch nông nghiệp tại Cồn Chim bao gồm câu tôm, câu cua, trải nghiệm món ăn đặc sản quê, trải nghiệm cảnh quan nông nghiệp, trò chơi dân gian tuổi thơ, v.v.

Một điểm đặc biệt của mô hình du lịch nông nghiệp tại Cồn Chim là sự gắn kết giữa hoạt động du lịch và bảo vệ tài nguyên môi trường. Các hoạt động trồng lúa, nuôi tôm và cua được thực hiện theo phương pháp "con tôm ôm cây lúa", giúp giảm thiểu tác động của hoạt động nông nghiệp đối với môi trường. Ngoài ra, mô hình du lịch nông nghiệp tại Cồn Chim còn giá trị văn hóa đặc biệt, do được quản lý và tổ chức bởi chính người dân địa phương.

3.2. Yếu tố Vốn xã hội trong quá trình hình thành và phát triển du lịch nông nghiệp tại Cồn Chim

Yếu tố vốn xã hội trong quá trình hình thành và phát triển du lịch nông nghiệp tại Cồn Chim, tỉnh Trà Vinh thể hiện qua 3 khía cạnh: (1). Sự tin cậy; (2). Trao đổi hợp tác; (3). Mạng lưới xã hội.

(1) Sự tin cậy lẫn nhau trong cộng đồng

Cồn Chim với diện tích khiêm tốn, vị trí biệt lập với đất liền, bao bọc bởi dòng sông Cổ Chiên đã dẫn đến tính cộng đồng có kết giữa những người dân, giữa những hộ dân với nhau rất chặt chẽ. Tổng số hộ dân trên Cồn Chim chỉ khoảng hơn 50 hộ, có mối quan hệ khăng khít với nhau từ xa xưa đến nay, các hộ dân hiểu và biết về nhau rất rõ, là hàng xóm, sui gia lẫn nhau (phỏng vấn sâu, 2020, 2021, 2022).

“Ở đây có 53 hộ, bao gồm 4 dòng họ là đông nhất, các gia đình giống như bà con với nhau, không dính đầu này cũng dính đầu kia, dính sui gia với nhau. Tính gắn kết bà con trên cồn rất chặt chẽ từ xưa đến nay.” (trích phỏng vấn sâu, 2022)

Kết quả khảo sát cũng cho thấy 100% các hộ dân được phỏng vấn đều đồng lòng và vui mừng khi du lịch được tổ chức, phát triển tại địa phương (phỏng vấn sâu, 2020, 2021, 2022). Có thể nói, các hộ dân tin cậy lẫn nhau, cộng đồng vui mừng, tin tưởng rằng hoạt động du lịch sẽ đem đến những lợi ích tốt đẹp cho địa phương.

Ngoài ra, một yếu tố thành công của du lịch nông nghiệp tại Cồn Chim chính là các hộ dân địa phương đều có niềm tin lớn, tin tưởng những hướng dẫn, tư vấn, tập huấn của các chuyên gia, chính quyền và doanh nghiệp du lịch trong quá trình thành lập điểm du lịch tại cơ sở của mình (Phỏng vấn sâu, 2020, 2021, 2022).

Niềm tin lẫn nhau giữa chính quyền địa phương, doanh nghiệp du lịch, các chuyên gia tư vấn và các hộ dân tham gia cũng như giữa những hộ dân với nhau vào phát triển du lịch nông nghiệp tại Cồn Chim. (Tổng hợp từ kết quả phỏng vấn sâu, 2021, 2022).

(2) Trao đổi hợp tác thường xuyên, thông suốt

Hoạt động trao đổi hợp tác trong quá trình tổ chức và triển khai hoạt động du lịch được thực hiện sau khi niềm tin được thiết lập. Việc lựa chọn ra các dịch vụ tiêu biểu sao cho phù hợp với nhu cầu khách cũng được các hộ dân thảo luận, lựa chọn và tuân theo những lời khuyên của các chuyên gia. Mỗi hộ dân sẽ chọn cho mình một nét đặc trưng nhất dựa vào thế mạnh của Cồn Chim và thế mạnh của gia đình, với sự đồng thuận của các hộ dân khác (Bảng 1, Hình 2). Sau đó, việc bỏ vốn ra đầu tư trang hoàng nhà cửa, sửa soạn và chuẩn bị dịch vụ để tham gia cung ứng được người dân trao đổi thường xuyên với công ty du lịch, chuyên gia tư vấn, và chính quyền địa phương. Hộ dân tin tưởng và cho phép công ty du lịch trực tiếp tham gia vào quá trình thiết kế không gian, tư vấn lựa chọn vật dụng trưng bày, trang trí trong nhà sao cho phù hợp (Phỏng vấn sâu các hộ dân, 2020, 2021).

Bảng 1. Các dịch vụ trải nghiệm du lịch được người dân cung cấp

STT	Tên hộ cung cấp dịch vụ	Dịch vụ đặc trưng cung cấp
1	Cô Vân	Bếp xưa Nam Bộ, homestay, món ăn sương sâm, mứt dừa
2	Quốc Vinh	Hướng dẫn viên
3	Chú Năm Lương	Tiệm cơm
4	Cô Sáu Giàu	Bánh xèo
5	Cô Tư Pha	Câu cua, homestay
6	Hoa Bí	Ẩm thực quê
7	Anh Hai Ứng	Đặc sản quê
8	Anh Năm Phúc	Quán ăn
9	Anh Thành	Trò chơi dân gian
10	Cô Ba Sữa	Bánh lá hấp, nước cốt dừa
11	Bé Thảo	Vườn dừa
12	Cô Mèo	Hướng dẫn viên, đặt lò, đặt lợp
13	Cô Sáu Mai	Xe đạp, nón lá, phà qua sông

Nguồn: phỏng vấn sâu (2020)



Hình 2. Các dịch vụ du lịch cung ứng tại Côn Chim được công ty du lịch thiết kế
Nguồn: khảo sát thực địa (2020, 2021)

Khi nhận thấy được tiềm năng phát triển du lịch gắn với nông nghiệp của địa phương, đại diện Sở Văn hoá Thể thao Du lịch (VHTTDL) Trà Vinh đã đề xuất nên tận dụng ưu thế để phát triển du lịch. Tiếp theo là quá trình trao đổi giữa chính quyền địa phương và các hộ dân cũng như là doanh nghiệp vận hành hoạt động du lịch và các chuyên gia phát triển du lịch để tìm ra một mô hình tốt nhất tận dụng lợi thế của địa phương và đặc ứng nhu cầu của thị trường. Sự trao đổi hợp tác hết diễn ra xuyên suốt, thường xuyên trong giai đoạn khởi sự, bằng cách trò chuyện thân mật giải quyết vấn đề nhanh chóng như những người thân trong gia đình dẫn đến sự thỏa thuận kêu gọi các bên liên quan (phỏng vấn sâu, 2020, 2021, 2022).

Sự trao đổi hợp tác còn thể hiện qua việc khi mà có một thông tin về nguồn khách sắp ghé đến, các hộ dân sẽ liên lạc, tập hợp lại, và phân công công việc: ai sẽ là người đón khách, ai sẽ cung cấp những dịch vụ gì, các hộ dân chuẩn bị món ăn, những hoạt động dịch vụ du lịch như thế nào, trong quá trình phục vụ khách tại Côn Chim. Các hộ dân không tham gia trực tiếp vào việc cung ứng sản phẩm du lịch, sẽ hỗ trợ giúp đỡ trong công tác chuẩn bị phụ giúp công việc (phỏng vấn sâu, 2020, 2021, 2022).

Khi phát sinh mâu thuẫn, việc trao đổi thông tin: “*có mâu thuẫn, mọi người cũng cãi nhau, tuy nhiên, cãi xong rồi thôi, giận nhau rồi thôi, ... phải nêu ý kiến để hiểu nhau, ... xong rồi bà con chạy qua chạy lại, liên lạc lại, cái rồi hết giận nhau để cùng nhau làm tiếp*” (trích phỏng vấn sâu, 2022).

Sau khi tiếp đón phục vụ khách du lịch hoàn thành, các hộ dân thường sẽ ngồi lại với nhau để trao đổi và rút kinh nghiệm trong quá trình tổ chức triển khai, rút ra những bài học kinh nghiệm nhằm để cho những lần tiếp theo được phục vụ tốt hơn và chu đáo hơn, đáp ứng tốt hơn nhu cầu du khách. Các hộ dân trao đổi với đại diện Sở VHTTDL,

với công ty du lịch, hỏi ý kiến các chuyên gia tư vấn để tiếp tục hoàn thiện dịch vụ mình cung cấp (phỏng vấn sâu, 2020, 2021, 2022).

Hiện nay, các hộ dân đã thành lập tổ hợp tác để tổ chức, điều phối các dịch vụ được tốt hơn. Số tiền các hộ dân thu được, sẽ trích 10% vào quỹ hoạt động của tổ hợp tác, nhằm phục vụ các công tác chung của cộng đồng như mua mới thùng rác, sơn sửa nhà cộng đồng để đưa các thông tin hữu ích đến du khách, vẽ lại câu slogan của du lịch Cồn Chim, trồng cây, trồng hoa, trang trí cổng chào, v.v. (phỏng vấn sâu, 2022).

(3) Mạng lưới xã hội hiệu quả

Theo kết quả khảo sát, hoạt động du lịch nông nghiệp tại Cồn Chim hình thành với mạng lưới bao gồm sự tham gia của các chủ thể là các hộ dân, đại diện chính quyền địa phương, công ty du lịch, và các chuyên gia tư vấn.

Đại diện Sở Văn hóa Thể thao và Du lịch Trà Vinh (VHTTDL Trà Vinh) đã đề xuất ý tưởng phát triển du lịch tại nơi đây do anh nhận thấy tiềm năng lớn; Các hộ dân có niềm tin vào chính quyền và đồng lòng cùng thực hiện theo sự hướng dẫn của chính quyền địa phương và các chuyên gia tư vấn (từ Viện Nghiên cứu phát triển kinh tế và du lịch). Sở VHTTDL Trà Vinh cùng với Trung tâm Xúc tiến du lịch, lựa chọn và đề xuất công ty du lịch Đại Hưng trong việc khai thác sản phẩm du lịch tại đây, giúp kết nối với thị trường. (phỏng vấn sâu, 2020, 2021, 2022).

Chính quyền địa phương phối hợp với doanh nghiệp để kết nối với các sở ban ngành khác nhằm quảng bá mô hình của mình cho các tỉnh lân cận thu hút thị trường khách ở các vùng khác đến tham quan. Cụ thể, các tỉnh lân cận như Bến Tre, Tiền Giang, hoặc ngay cả Hà Nội, v.v. đã có nhiều đoàn khách đến tham quan, học hỏi mô hình du lịch tại Cồn Chim. Sở ban ngành cũng kết hợp với các trường đại học (Đại học Khoa học xã hội và Nhân văn TpHCM, Đại học Trà Vinh, v.v.) trong quá trình nghiên cứu và phát triển hoạt động du lịch tại đây (phỏng vấn sâu, 2022)

Bên cạnh đó, theo kết quả phỏng vấn sâu, các chuyên gia tư vấn và công ty du lịch đã kết nối với các cơ quan báo chí lớn trong nước đưa tin và tổ chức tour giới thiệu về du lịch nông nghiệp tại Cồn Chim, cụ thể là vnexpress.net; dulichvietnam.com.vn; thanhnien.vn; nld.com.vn; v.v. tạo hiệu ứng truyền thông hiệu quả, đưa thông tin đến thị trường du khách rõ ràng, thiết thực.

Các hộ dân đã tận dụng mối quan hệ sẵn có ví dụ như là hội phụ nữ của địa bàn, chi bộ đảng trên địa bàn, và các kết nối cá nhân để có thể liên kết với nhau chặt chẽ hơn, giúp đỡ nhau cải tiến dịch vụ cung cấp nhằm đáp ứng nhu cầu thị trường (phỏng vấn sâu, 2022).

Ngoài ra, bản thân mỗi một chủ thể tham gia vào quá trình phát triển tại du lịch cũng đã tận dụng phát huy chính mạng lưới xã hội của chính mình trong việc thu hút nguồn khách du lịch tiềm năng cho Cồn Chim. Cụ thể, các hộ dân, các chuyên gia tư vấn, công ty du lịch sử dụng facebook để đăng tải các hoạt động được du khách trải nghiệm tại đây như là hình thức quảng bá; tạo niềm tin ban đầu và cung cấp thông tin chính xác cho khách du lịch khi tìm hiểu về nơi đây.

Trong quá trình hình thành và phát triển du lịch cộng đồng tại Cồn Chim, vốn xã hội đã thể hiện vai trò rất quan trọng. Có thể kể đến là:

Tạo ra sản phẩm du lịch nông nghiệp đặc trưng tại Cồn Chim: các hộ dân tìm ra nét đặc trưng riêng của mình dựa trên thế mạnh về tự nhiên, nông nghiệp; mỗi hộ dân là một sản phẩm, dịch vụ khác biệt; từ đó, liên kết với nhau tạo thành một chuỗi cung ứng các dịch vụ du lịch trải nghiệm khác nhau, đáp ứng nhu cầu du khách.

Giúp đem đến thêm nguồn thu cho cộng đồng: nếu trước đây hoạt động đem đến nguồn thu chính yếu tại Cồn Chim là dựa vào nông nghiệp (trồng lúa, nuôi cua, nuôi tôm, v.v.); thì sau khi du lịch nông nghiệp phát triển, đã đưa đến nguồn thu từ du lịch cho cộng đồng. Theo kết quả phỏng vấn sâu, nguồn doanh thu về hoạt động du lịch chiếm khoảng 50% trong tổng số thu nhập mà hộ dân thu được hàng năm. Hay nói cách khác, từ khi có du lịch, các hộ dân có nguồn thu tăng khoảng gấp đôi.

Khuyến khích cộng đồng tham gia phát triển hoạt động du lịch: sự đoàn kết, liên kết giữa các hộ dân cũng tạo ra sự yêu thích, mong muốn được tham gia vào hoạt động du lịch của các hộ dân. Các hộ dân hiện tại đều mong muốn duy trì và phát triển tiếp tục hoạt động du lịch; Các hộ dân khác thì tham gia với vai trò hỗ trợ, cùng phụ giúp chuẩn bị. Một số hộ dân nếu muốn trở thành một điểm đến mới thì cần tìm ra dịch vụ/giá trị khác biệt của mình, từ đó, cộng đồng và chính quyền đồng ý thì sẽ được trở thành một điểm đến mới trong các dịch vụ du lịch cung cấp tại Cồn Chim. (phỏng vấn sâu, 2022).

4. Kết luận

Trong Nghị quyết Đại hội XIII và Nghị quyết của Đảng bộ tỉnh Trà Vinh đã đề cập đến việc tận dụng tài nguyên và lợi thế sẵn có để phát triển kinh tế đồng thời tạo công ăn việc làm bền vững cho người dân và giữ gìn giá trị truyền thống. Nhiều mô hình đã được triển khai thành công, trong số đó có mô hình du lịch nông nghiệp tại Cồn Chim, tỉnh Trà Vinh. Việc tận dụng tài nguyên và lợi thế nông nghiệp sẵn có để phát triển du lịch nông nghiệp là một hướng đi hợp lý và tiềm năng cho các vùng ở nông thôn.

Yếu tố vốn xã hội đã được thể hiện thông qua quá trình hình thành và phát triển du lịch nông nghiệp tại Cồn Chim qua các khía cạnh là sự tin cậy cao, quá trình trao đổi thông tin thường xuyên thông suốt, và mạng lưới xã hội hiệu quả. Du lịch Cồn Chim có được một khởi đầu thuận lợi phần lớn nhờ vào sự tin cậy lẫn nhau giữa các hộ dân; và sự tin tưởng lẫn nhau giữa các hộ dân, chính quyền địa phương, công ty du lịch và các chuyên gia phát triển du lịch. Yếu tố này là một nền tảng cực kỳ vững chắc để có thể là một nền móng, bệ đỡ cho các hoạt động sau này của Cồn Chim được phát triển đa dạng theo hướng phát triển bền vững.

Bài viết này nhằm mục đích phân tích vai trò của yếu tố vốn xã hội trong quá trình hình thành và phát triển du lịch nông nghiệp tại Cồn Chim. Kết quả nghiên cứu bước đầu nhận thấy yếu tố vốn xã hội là một yếu tố quan trọng trong khai thác hoạt động du lịch nông nghiệp tại Cồn Chim. Đây có thể được coi là yếu tố nền tảng, xây dựng nền móng khá vững chắc, để từ đó, các hoạt động du lịch được hình thành, duy trì, phát triển tiếp tục.

Tuy nhiên, để có thể có cái nhìn rộng và sâu sắc hơn về vấn đề này, cần có thêm nhiều nghiên cứu khác với các địa bàn đa dạng và lớn hơn, nhận diện tầm quan trọng của vốn xã hội trong quá trình phát triển du lịch, đặc biệt là du lịch ở vùng nông thôn.

Lời cảm ơn

Bài nghiên cứu này được tài trợ bởi Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh, trong khuôn khổ đề tài nghiên cứu khoa học mã số C2021-18b-06.

Nhóm tác giả xin gửi lời cảm ơn đến các bên liên quan, đặc biệt là những hộ dân đang sinh sống và làm việc tại Cồn Chim - Trà Vinh, đã hỗ trợ cung cấp tư liệu để hoàn thành bài nghiên cứu này.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Bourdieu, P. (1986). *The Forms of Capital*. Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education, Greenwood, New York, 241-258.
- [2] Bowler, I., Clark, G., Crockett, A., Ilbery, B. and Shaw, A. (1996) The development of alternative farm enterprises: A study of family labour farms in the Northern Pennines of England. *Journal of Rural Studies* 12(3), 285-295.
- [3] Coleman, J. S. (1988). Social Capital in the Creation of Human-Capital. *American Journal of Sociology*, 94, 95-120.
- [4] Đinh Thị Khánh Hà, Nguyễn Đoàn Hạnh Dung (2021). Mối quan hệ giữa vốn xã hội và sự tham gia của cộng đồng địa phương vào phát triển du lịch: Trường hợp xã Thủy Thanh, tỉnh Thừa Thiên Huế. Tạp chí Khoa học Đại học Huế: Kinh tế và Phát triển; pISSN: 2588-1205; eISSN: 2615-9716, 130(5), 39-54.
- [5] Đỗ Thị Thanh Hoa (2020). Vốn xã hội – Tài sản cho phát triển du lịch cộng đồng ở Việt Nam. Viện Nghiên cứu phát triển du lịch. *Tổng Cục Du lịch. Online*. [trích dẫn tháng 2 năm 2023]. Available from: http://itdr.org.vn/nghien_cuu/von-xa-hoi-tai-san-cho-phat-trien-du-lich-cong-dong-o-viet-nam/
- [6] Hanifan (1916). The rural school community center. *Annals of the American Academy of Political and Social Science*.
- [7] Putnam, R. D. (2000). *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. Simon & Schuster, New York.
- [8] Sunkar et al. (2016). Social Capital: a Basis for Community Participation in Fostering Environmental Education and the Heritage Tourism Development of Cibalay Megalithic Site, *E-Journal of Tourism*, 3(2), 121-130.
- [9] Svendsen, G.T. and Bjornskov, B. (2007). Measuring Social Capital. *Journal of Comparative Policy Analysis*, 9(3), 275-292.
- [10] Sznajder, M., Przeborska, L., & Scrimgeour, F. (2009). Agritourism. *European Journal of Tourism Research*, 2(2), 197-199.
- [11] Thamrajinda, R. (2013). Community participation and social capital in tourism planning and management in a Thai context. *Doctor of Philosophy thesis*. Lincoln University, New Zealand.
- [12] Trần Lư (2022). Hút hồn vẻ đẹp dân dã ở Cồn Chim. [trích dẫn 03/7/2022]. <https://tcdulichpthcm.vn/du-khao/hut-hon-ve-dep-dan-da-o-con-chim-c14a31230.html>.