

TIẾP CẬN CHUỖI GIÁ TRỊ TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH NÔNG THÔN - TRƯỜNG HỢP TỈNH LÂM ĐỒNG

Nguyễn Thị Thanh Ngân

Mai Ngọc Thịnh

Tóm tắt: Phát triển du lịch nông thôn đang ngày càng nhận được nhiều sự quan tâm của cả các nhà nghiên cứu, công ty lữ hành và cá nhân hành nghề du lịch. Tiếp cận chuỗi giá trị trong phát triển du lịch nông thôn là một phương pháp mang tính toàn diện, thúc đẩy sự tham gia của cộng đồng địa phương, đa dạng ngành nghề nông thôn bền vững và tạo ra giá trị gia tăng cho các chủ thể. Đồng thời, tiếp cận chuỗi giá trị trong phát triển du lịch nông thôn sẽ tạo ra các sản phẩm, dịch vụ du lịch nông thôn đặc thù và các trải nghiệm thú vị cho khách du lịch. Đây cũng là con đường để phát triển kinh tế bền vững vùng nông thôn. Do đó, bài viết này nhằm nghiên cứu về tầm quan trọng của chuỗi giá trị trong phát triển du lịch nông thôn và đề xuất các hàm ý nghiên cứu nhằm hình thành và thúc đẩy chuỗi giá trị góp phần phát triển du lịch nông thôn tại tỉnh Lâm Đồng.

Từ khóa: Chuỗi giá trị; Gia tăng giá trị; Phát triển du lịch nông thôn.

Giới thiệu

Thuật ngữ “giá trị” có vai trò vô cùng quan trọng đối với cả các nhà cung cấp dịch vụ du lịch và khách du lịch. Nếu du lịch không mang lại giá trị thì sẽ không tồn tại nhu cầu du lịch, cũng như khó có thể tồn tại các hoạt động kinh doanh du lịch (Hjalager, Tervo-Kankare, & Tuohino, 2016). Mục đích của nghiên cứu là thông qua xây dựng chuỗi giá trị trong lĩnh vực du lịch nông thôn nhằm tạo ra giá trị cho các chủ thể. Chuỗi giá trị lần đầu tiên đã được nghiên cứu bởi Porter (1985) trong lĩnh vực kinh tế và kinh doanh. Đặc điểm nổi bật của chuỗi này là xác định một dịch vụ dựa vào hệ thống bao gồm các yếu tố đầu vào, quá trình chuyển đổi và các yếu tố đầu ra. Ở mỗi bước trong quá trình, giá trị sẽ được tạo ra. Giá trị có thể là lợi nhuận, kiến thức, mối quan hệ,... mà mỗi chủ thể nhận được.

Tỉnh Lâm Đồng có nhiều lợi thế cho phát triển du lịch nông thôn (PTDLNT) về tài

nguyên du lịch, các nguồn lực và chính sách hỗ trợ của địa phương. Cùng với chính sách của Nhà nước về Chương trình xây dựng nông thôn mới và xóa đói giảm nghèo, các vùng nông thôn ở Lâm Đồng có nhiều cơ hội thúc đẩy đa dạng các thành phần kinh tế nông thôn, đặc biệt đa dạng các hoạt động nông nghiệp. Tại nhiều vùng nông thôn ở tỉnh Lâm Đồng, bên cạnh sự phát triển các thành phần kinh tế nông, lâm, ngư nghiệp thì lĩnh vực dịch vụ du lịch cũng là thế mạnh để phát triển. Các huyện như Lâm Hà, Đơn Dương, Lạc Dương, Đức Trọng,... và các xã vùng ven Đà Lạt có sự phát triển du lịch khá mạnh mẽ. Tuy nhiên, thực tế PTDLNT tại tỉnh Lâm Đồng có nhiều khó khăn và thách thức, chẳng hạn như đại đa số sản xuất vẫn ở quy mô nhỏ, điều kiện hạ tầng, giao thông vận tải, cơ sở vật chất kỹ thuật, các nguồn lực, hiểu biết về du lịch,... có nhiều hạn chế. Hơn nữa, sự phát triển các dịch vụ du lịch một cách rời rạc cũng là nguyên nhân làm cho PTDLNT chưa thực sự

hấp dẫn và không tạo ra giá trị gia tăng thích đáng cho các chủ thể.

Mặc dù nhận thấy tầm quan trọng của liên kết chuỗi giá trị và có thể nhìn thấy được những giá trị mang lại cho các chủ thể trong PTDLNT, nhưng cách tiếp cận chuỗi giá trị trong PTDLNT vẫn còn bị bỏ ngỏ. Liên kết chuỗi giá trị du lịch tại vùng nông thôn sẽ cải thiện sinh kế, gia tăng lợi ích và thu nhập cho người dân, cho doanh nghiệp ở vùng nông thôn, gia tăng cơ hội cho người dân nông thôn kết nối với du lịch để tạo ra giá trị gia tăng khi trở thành một thành phần của chuỗi. Do đó, bài viết này nhằm mục đích tiếp cận mô hình chuỗi giá trị du lịch trong PTDLNT và đề xuất những gợi ý nghiên cứu góp phần nâng cao nhận thức của các bên liên quan và thúc đẩy sự hình thành chuỗi giá trị du lịch trong PTDLNT.

1. Cơ sở lý thuyết về chuỗi giá trị trong phát triển du lịch nông thôn

1.1. Phát triển du lịch nông thôn

Có nhiều cách tiếp cận khác nhau về du lịch nông thôn. Theo Ủy ban Châu Âu (1986) thì du lịch nông thôn không chỉ bao gồm loại hình du lịch trang trại hoặc du lịch nông nghiệp, cơ sở lưu trú được cung cấp bởi người nông dân mà còn là tất cả hoạt động du lịch ở vùng nông thôn. Du lịch nông thôn cũng được hiểu bao gồm rất nhiều hoạt động, phương tiện và dịch vụ được cung cấp bởi người nông dân và người dân nông thôn để thu hút khách tới vùng nông thôn và tạo ra nguồn thu nhập bổ sung cho họ (Darău, Corneliu, Brad, & Avram, 2010). Nhìn chung, các cách tiếp cận cho thấy, du lịch nông thôn bao gồm nhiều hoạt động, nhiều dịch vụ trong đó người nông dân đóng vai trò chủ thể chính của sự phát triển du lịch. Sản phẩm du lịch nông thôn là sự kết hợp của rất nhiều thành phần, hoạt động, đặc điểm vùng nông thôn và có các thuộc tính không gian rõ rệt. Bản thân từ “nông thôn” cũng đã gợi lên hình ảnh về cảnh quan, các hoạt

động ngoài trời sử dụng tài nguyên thiên nhiên và sự thích nghi với những điều kiện khí hậu nhất định. Ở nhiều quốc gia trên thế giới, PTDLNT được tích hợp trong chiến lược phát triển kinh tế xã hội vùng nông thôn và mang lại nhiều giá trị cho các bên liên quan, đặc biệt đối với người dân vùng nông thôn. Nhờ có sự quan tâm về chính sách nên PTDLNT đã đóng góp tích cực vào phát triển kinh tế vùng nông thôn, mang lại sinh kế bền vững, tạo việc làm, giảm di cư nông thôn, thúc đẩy sự hòa nhập và làm nổi bật vai trò của du lịch nông thôn.

Xu hướng du lịch hiện nay là hướng đến trải nghiệm các hoạt động du lịch gắn với đời sống và tài nguyên du lịch vùng nông thôn. Do vậy, nếu không có sự kết nối các hoạt động và dịch vụ du lịch vùng nông thôn thì sẽ khó khăn xây dựng hình ảnh điểm đến, đồng thời tạo ra sức hấp dẫn rời rạc, không phát huy được sự đa dạng của các thành phần kinh tế và thu hút các chủ thể tham gia vào PTDLNT. Chính vì những yếu tố đó, rất cần thiết liên kết các chủ thể để xây dựng chuỗi giá trị trong PTDLNT.

Cũng giống như những chiến lược phát triển kinh tế khác, PTDLNT yêu cầu một vài thành phần để thành công. Theo đó, các thành phần đó bao gồm: 1) Sức hấp dẫn về tài nguyên tự nhiên và nhân văn cả bên trong và tiếp giáp cộng đồng, 2) Công tác xúc tiến, tiếp thị về cộng đồng đến với du khách, 3) Cơ sở hạ tầng và khả năng tiếp cận du lịch gồm đường xá, sân bay, tàu hỏa, xe buýt, dịch vụ điện nước, bãi đậu xe, biển báo và giải trí, 4) Dịch vụ gồm nhà nghỉ, nhà hàng, nhà kinh doanh bán lẻ cần thiết phục vụ nhu cầu của khách và 5) Lòng hiếu khách liên quan đến cách thức mà cộng đồng địa phương và nhân viên tại các cơ sở du lịch cư xử với khách du lịch (Wilson, Fesenmaier, Fesenmaier, & Van Es, 2001). Đây cũng là những thành phần quan trọng trong liên kết chuỗi giá trị du lịch vùng nông thôn.

1.2. Chuỗi giá trị trong phát triển du lịch

Khái niệm chuỗi giá trị (value chain) được Porter đề cập trong cuốn sách “Lợi thế cạnh tranh” được xuất bản vào năm 1985, trong đó chuỗi giá trị được xác định là một tập hợp chuỗi các hoạt động có liên kết theo chiều dọc nhằm tạo lập và làm gia tăng giá trị. Theo đó, mô hình chuỗi giá trị của Porter gồm hai mảng là các hoạt động chính và hoạt động hỗ trợ. Các hoạt động chính: bao gồm đầu vào, sản xuất, đầu ra, marketing và bán hàng, dịch vụ khách hàng. Các hoạt động hỗ trợ: bao gồm các hoạt động như thu mua, phát triển công nghệ, quản trị nguồn nhân lực, cơ sở hạ tầng của công ty. Tổ chức Hợp tác kỹ thuật Đức GTZ (2007) đã đề cập khá rõ ràng về chuỗi giá trị, cụ thể chuỗi giá trị gồm một loạt các hoạt động kinh doanh (chức năng) có quan hệ với nhau từ việc cung cấp các đầu vào cụ thể cho một sản phẩm nào đó đến sơ chế, chuyển đổi, marketing, đến việc cuối cùng là bán sản phẩm cho người tiêu dùng và các chủ thể là nhà sản xuất, chế biến, phân phối sản phẩm. Theo đó, các chức năng và các nhà vận hành chuỗi giá trị bao gồm một loạt các đường dẫn trong chuỗi. Tổ chức này cũng làm rõ các chủ thể bao gồm các doanh nghiệp nhỏ và vừa, công ty công nghiệp, các nhà xuất khẩu, các nhà bán buôn, nhà bán lẻ và đặc biệt là người nông dân.

Xây dựng chuỗi giá trị du lịch có vai trò quan trọng đối với địa phương như củng cố kinh tế địa phương, xác định những ngành trong vùng có nhiều tiềm năng nhất về thị trường và phát triển; thúc đẩy xuất khẩu từ địa phương, phát huy tính cạnh tranh của các nhà sản xuất, hội nhập vào các chuỗi giá trị quốc gia và quốc tế; phân tích giá trị gia tăng được tạo ra trong vùng và xây dựng các chiến lược nhằm nâng cao mức độ đóng góp của địa phương (Ngô Thị Phương Lan & Nguyễn Thị Vân Hạnh, 2020). Kết nối phải tạo ra những sản phẩm vừa thúc đẩy du lịch, vừa thúc đẩy các ngành khác. Sản

phẩm du lịch được hình thành dựa vào nhiều yếu tố, trong đó phần lớn sản phẩm dịch vụ của ngành, các lĩnh vực cung ứng thực phẩm, điện nước, hạ tầng,... Các yếu tố đầu vào từ các ngành có thể cung cấp nhu cầu trải nghiệm du lịch, vừa có thể là sản phẩm tiêu dùng đảm bảo nhu cầu tối thiểu trong quá trình thực hiện du lịch. Nghiên cứu của Nguyễn Phúc Nguyên (2019) đã tiếp cận chuỗi giá trị để phân tích về phát triển bền vững du lịch miền Trung và thực nghiệm tại Đà Nẵng. Kết quả nghiên cứu đã cho thấy chuỗi giá trị du lịch bền vững đã tập trung vào khai thác lợi thế so sánh, thiếu vắng các sản phẩm mang tính đặc thù, thiếu vắng điểm tham quan và cơ sở hạ tầng chưa đồng bộ, thiếu sự kết nối giữa các địa phương và tác giả cũng đã đề xuất các giải pháp để phát triển bền vững du lịch miền Trung.

Có nhiều cách tiếp cận về chuỗi giá trị trong lĩnh vực du lịch. Theo quan điểm của Hjalager và cộng sự (2016) thì có hai cách tiếp cận chuỗi giá trị là tiếp cận chuỗi giá trị cho điểm đến và tiếp cận theo chuỗi cung ứng. Với cách tiếp cận đầu tiên dựa vào quan điểm khách du lịch nhận diện hình ảnh tổng thể của điểm đến du lịch. Còn cách tiếp cận thứ hai dựa vào quan điểm của các nhà cung ứng dịch vụ du lịch. Bất kỳ một sản phẩm du lịch nào được tạo ra bởi một chuỗi các bước sản xuất, nơi mà các nguồn lực vật chất và phi vật chất được tạo ra. Ở mỗi bước giá trị mới sẽ được tạo ra cho sản phẩm. Sự hình thành của chuỗi giá trị điểm đến du lịch xuất phát từ nguyên lý marketing cũng được đề cập bởi nhóm tác giả Song, Liu và Chen (2013). Khi quan sát hành vi và nhận thức của du khách, điểm đến du lịch như là một hệ thống dịch vụ hoàn chỉnh phục vụ nhu cầu của du khách. Khách du lịch lựa chọn điểm đến là hình ảnh tổng thể đầu tiên rồi tiếp đến mới xem xét hệ thống các dịch vụ ăn uống, lưu trú, tham quan, giải trí, công viên chủ đề,... (Dellaert, Ettema, & Lindh, 1998).

1.3. Nghiên cứu chuỗi giá trị trong phát triển du lịch nông thôn

Chuỗi giá trị du lịch liên quan chặt chẽ đến việc chuyển đổi các yếu tố giá trị của sản xuất, đời sống, sinh thái và văn hóa nông thôn, giúp thúc đẩy PTDLNT có chất lượng cao và thực hiện xây dựng nông thôn ở Trung Quốc (Zheng, Wang, Li, & Guo, 2021). Theo đó, chuỗi giá trị bao gồm các hoạt động có giá trị cơ bản và các hoạt động có giá trị hỗ trợ của đời sống, ngành công nghiệp, sinh thái, xã hội. Chuỗi giá trị được chọn phản ánh đặc điểm cá nhân hóa của điểm đến du lịch nông thôn, phát huy tối đa vai trò chủ đạo của các yếu tố giá trị quan trọng, thúc đẩy sự khớp nối và liên kết giữa du lịch nông thôn và phát triển nông thôn để tối đa hóa giá trị. Đây là điều quan trọng đối với chuỗi giá trị và “chuỗi liên kết giá trị” trong chuỗi sản xuất (Tejada, Santos, & Guzmán, 2011).

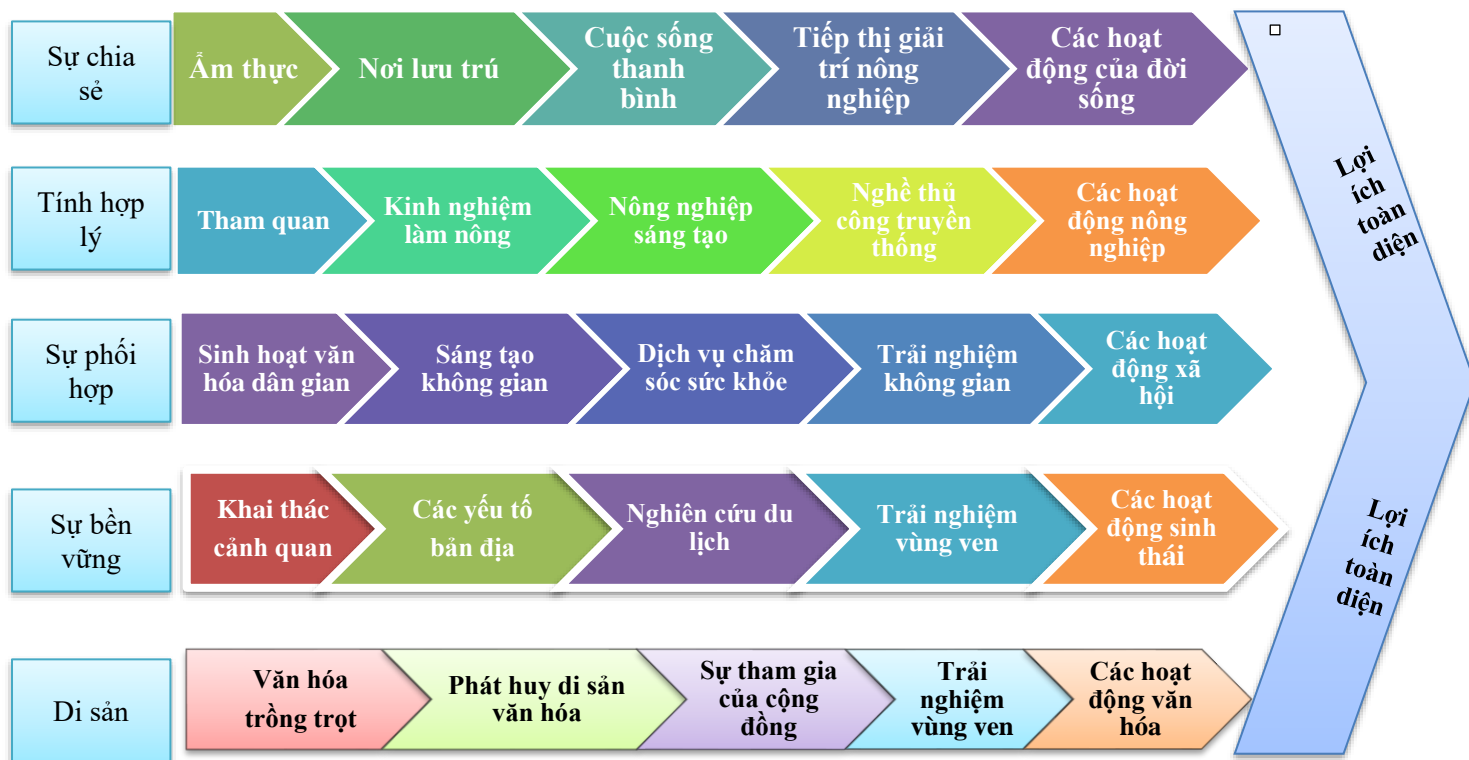
Du lịch nông thôn thiết lập mạng lưới kết nối giữa các nguồn lực thuộc địa phương và thị trường mục tiêu, làm phong phú thêm ý nghĩa của chuỗi giá trị du lịch, tăng thu nhập cho người dân bản địa và thúc đẩy sự phát triển của nền nông nghiệp đa chức năng (Zheng & Liu, 2014). Để mở rộng chuỗi giá trị du lịch nông thôn, mở rộng hơn nữa chuỗi giá trị nông nghiệp đa chức năng theo chiều dọc và chiều ngang, thực hiện các biện pháp phù hợp để làm phong phú thêm ý nghĩa của từng mắt xích trong chuỗi giá trị, và giới thiệu công nghệ mới, và mô hình mới cho du lịch nông thôn. Xây dựng chuỗi giá trị cần hướng đến những nhóm sản phẩm đặc trưng, các nhóm yếu tố sản phẩm cấu thành của chuỗi như lưu trú, ẩm thực, hàng lưu niệm, nông sản địa phương, cách chế biến, thảo dược và cây thuốc quý và các hoạt động thư giãn, giải trí, trải nghiệm du lịch gắn với không gian trong lành vùng nông thôn, quá trình tiếp thị. Sự liên kết các yếu tố này sẽ tạo

ra các trải nghiệm đáng giá trong hành trình của du khách. Đồng thời xây dựng chuỗi giá trị du lịch nông thôn cần đảm bảo lợi thế cạnh tranh của điểm đến du lịch nông thôn.

Do tầm quan trọng của chuỗi giá trị trong PTDLNT nên nghiên cứu về nó là hết sức cần thiết. Ndivo và Cantoni (2015) đã nghiên cứu về tiếp cận chuỗi giá trị du lịch là công cụ để xóa đói giảm nghèo thông qua thúc đẩy sự tham gia của cộng đồng địa phương, mang lại lợi ích cho người nghèo thông qua sự trao quyền. Nhóm tác giả cũng đã giới thiệu bản đồ các nút chuỗi giá trị du lịch thích hợp và các chiến lược để gia tăng lợi ích cho thành viên chuỗi, phát triển năng lực của những người không tham gia thông qua các sáng kiến khẳng định vì người nghèo. Chuỗi giá trị du lịch vùng nông thôn cần được nghiên cứu kết hợp dựa trên các cảnh quan và truyền thống văn hóa vùng nông thôn. Để tiếp cận chuỗi giá trị trong PTDLNT đảm bảo cho sự phát triển bền vững, chuỗi giá trị cần hội tụ đầy đủ các yếu tố vùng nông thôn.

Chuỗi giá trị này được thiết lập gồm những hoạt động cơ bản và hoạt động bổ trợ. Chuỗi giá trị du lịch trong PTDLNT bao gồm năm chuỗi về đời sống, ngành công nghiệp, xã hội, sinh thái và văn hóa. Những hoạt động du lịch cơ bản của du lịch nông thôn bao gồm sản phẩm dịch vụ du lịch dựa vào tài nguyên đặc trưng của địa phương như dịch vụ ăn uống, lưu trú và vui chơi giải trí. Những hoạt động bổ trợ của du lịch nông thôn bao gồm phát triển cơ sở hạ tầng du lịch và bảo vệ môi trường văn hóa và xã hội (Zeng và cộng sự, 2021). Nhìn chung, khi xây dựng chuỗi giá trị du lịch tại vùng nông thôn, vai trò của các bên được tối đa, thúc đẩy sự kết nối, hợp tác giữa các bên liên quan. Liên kết chuỗi giá trị mang lại lợi ích cho các chủ thể, đặc biệt chủ thể quan trọng là người dân vùng nông thôn.

HÌNH 1. MÔ HÌNH CHUỖI GIÁ TRỊ TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH NÔNG THÔN



Nguồn: Zeng và cộng sự, 2021.

Có nhiều nghiên cứu đã đề cập đến các chủ thể của chuỗi giá trị trong PTDLNT. Theo Zheng và cộng sự (2021) thì các chủ thể trong chuỗi giá trị du lịch nông thôn bao gồm doanh nghiệp địa phương với quy mô nhỏ trong đó thành viên gia đình là cốt lõi, hộ gia đình, người nông dân, khách du lịch. Còn theo Ndivo và Cantoni (2015), các bên liên quan tham gia chuỗi giá trị trong du lịch xóa đói giảm nghèo bao gồm cộng đồng địa phương, doanh nghiệp quy mô vừa và nhỏ, nhân viên ngành du lịch và những nhà cung cấp sản phẩm và dịch vụ du lịch. Tổ chức Hợp tác phát triển Áo - Austrian Development Cooperation (2020) khi nghiên cứu về chuỗi giá trị trong PTDLNT ở vùng Mtskheta-Mtianeti, Gruzia đã chỉ ra các bên liên quan rất đa dạng thành phần, bao gồm các chủ thể bên trong và bên ngoài. Theo đó, các bên liên quan bên trong gồm bên liên quan thuộc lĩnh vực lưu trú, ăn uống, giải trí, vận

chuyên và sản xuất hàng lưu niệm. Các bên liên quan bên ngoài bao gồm các trung tâm tư vấn thông tin vùng, cơ quan phát triển nông nghiệp và nông thôn, doanh nghiệp, nhà tài trợ, tổ chức tài chính, hiệp hội ngành, cơ quan chứng nhận.

Ở trong nước, Bùi Thị Lan Hương (2012) khi nghiên cứu về thu nhập của các chủ thể trong chuỗi giá trị du lịch vùng nông thôn tại Cù Lao Thới Sơn, tỉnh Tiền Giang đã xác định, các chủ thể bao gồm các nhà vườn, công ty du lịch lữ hành địa phương và công ty du lịch lữ hành ngoại vùng. Có thể thấy rằng với cách tiếp cận khác nhau các bên liên quan trong chuỗi du lịch nông thôn cũng có sự khác nhau. Tuy nhiên, trong lĩnh vực du lịch nông thôn, các chủ thể tham gia chuỗi giá trị nên là các bên liên quan du lịch hoặc có liên quan đến du lịch tại vùng nông thôn, chẳng hạn như chính quyền địa phương, hộ gia đình, doanh nghiệp, người nông dân, các công ty lữ hành, các cơ sở cung ứng

các sản phẩm và dịch vụ du lịch nông thôn, Hiệp hội nghề nghiệp, các tổ chức truyền thông,... để đảm bảo các thành phần của chuỗi được đa dạng và tạo thành các mắt xích liên kết quan trọng trong phát triển sản phẩm du lịch vùng nông thôn.

Như vậy, có thể hiểu chuỗi giá trị du lịch nông thôn là sự kết nối các hoạt động cơ bản và hoạt động hỗ trợ của vùng nông thôn nhằm tạo ra giá trị gia tăng cho chủ thể liên quan và tạo ra các sản phẩm du lịch đặc thù vùng nông thôn. Đồng thời, chuỗi giá trị tạo ra lợi thế so sánh, sức hấp dẫn du lịch và xây dựng hình ảnh điểm đến vùng nông thôn. Hình thành và phát triển chuỗi giá trị du lịch nông thôn góp phần thúc đẩy sự phát triển của các ngành kinh tế, đặc biệt kinh tế nông nghiệp và phát triển kinh tế xã hội của các vùng nông thôn.

2. Thực trạng chuỗi giá trị trong phát triển du lịch nông thôn ở Lâm Đồng

Lâm Đồng là tỉnh miền núi phía Nam Tây Nguyên có độ cao trung bình từ 800m - 1500m so với mặt nước biển với hệ thống tài nguyên du lịch tự nhiên và nhân văn đa dạng. Về tài nguyên du lịch tự nhiên, tỉnh Lâm Đồng có hệ thống rừng tự nhiên, sông suối, thác nước, địa hình,... rất đặc sắc. Về tài nguyên nhân văn, Lâm Đồng là một vùng đất với trên 42 cộng đồng dân tộc sinh sống như: Kinh, Cơ Ho, Mạ, Lạch, Nùng, Tày, Churu, Mnông... Lâm Đồng có sự đa dạng sắc màu văn hóa. Các di sản văn hóa của các dân tộc bản địa đang được bảo tồn và là sản phẩm du lịch rất hấp dẫn du khách. Với hệ thống tài nguyên đa dạng và độc đáo, nhiều loại hình du lịch được địa phương định hướng phát triển trong đó có loại hình du lịch nông thôn. Du lịch nông thôn của tỉnh hiện nay được phát triển ở nhiều huyện như Lâm Hà, Lạc Dương, Đơn Dương, Đức Trọng và các xã ven Đà Lạt như xã Xuân Trường, Xuân Thọ, Tà Nung với đa dạng các loại hình và tour du lịch như du lịch cà phê, trà, dâu tằm tơ, nông nghiệp

công nghệ cao, nghề, làng nghề truyền thống. Về nông nghiệp công nghệ cao, tỉnh Lâm Đồng có thể mạnh lớn gắn với các loại cây trồng, vật nuôi, nông sản ở các vùng nông thôn.

Hiện nay, sự quan tâm của khách du lịch về du lịch nông nghiệp, nông thôn đang ngày càng lớn và nhu cầu trải nghiệm du lịch cũng không ngừng tăng lên. Hiện tại ở vùng nông thôn Lâm Đồng đã hình thành một số chuỗi giá trị du lịch cơ bản và đã được hình thành theo tuyến, chẳng hạn tuyến Đà Lạt - xã Tà Nung - thị trấn Nam Ban; hoặc Đà Lạt - Cầu Đất, Đà Lạt - Đức Trọng - Đơn Dương,.. Tuy nhiên, chủ thể của chuỗi là các doanh nghiệp lẻ hành bên ngoài kết nối với các nông hộ, doanh nghiệp địa phương cung ứng sản phẩm và tạo ra giá trị cho các bên. Sản phẩm chuỗi là các tour trải nghiệm dâu tằm tơ, hoặc tour cà phê Cầu Đất liên kết các nhà vườn sản xuất và chế biến cà phê, hồng treo, đồi trà,... nhưng vẫn tự phát, rời rạc. Điểm mạnh của chuỗi này là đã liên kết đưa được một phần yếu tố đặc thù của vùng nông thôn vào chuỗi nhằm tạo dựng hình ảnh điểm đến tổng thể của các vùng nông thôn, cũng đã tạo ra giá trị gia tăng cho các chủ thể và đã tạo ra được hình ảnh điểm đến vùng nông thôn như Cầu Đất, Nam Ban, Đơn Dương,...

Tuy nhiên, lợi ích từ du lịch cho người dân nông thôn thấp, và chưa thu hút được đầy đủ các bên tham gia vào chuỗi như bên vận hành chuỗi, hoặc marketing – bán hàng và các bên với các hoạt động hỗ trợ. Với lợi thế về tài nguyên du lịch tự nhiên và tài nguyên nông nghiệp công nghệ cao, vùng nông thôn gắn với các chuỗi giá trị nông nghiệp đang là lợi thế lớn để hình thành và phát triển các chuỗi giá trị du lịch nông thôn. Trên cơ sở đó hình thành và kết nối các hoạt động cơ bản và hoạt động hỗ trợ của vùng nông thôn. Tiếp đến là các chính sách về phát triển sản phẩm dịch vụ du lịch của địa phương đã chú trọng trên cơ sở hình thành các mô hình liên kết trong chuỗi cung ứng sản phẩm

du lịch, đặc biệt là chuỗi liên kết theo ngành nghề kinh doanh (lữ hành, vận chuyển, lưu trú, tham quan, ăn uống, mua sắm,...) (Theo Kế hoạch 7201/KH-UBND về Triển khai thực hiện Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030 trên địa bàn tỉnh Lâm Đồng ngày 21 tháng 8 năm 2020). Đây là điều kiện thuận lợi thúc đẩy cho sự hình thành và phát triển chuỗi giá trị du lịch nông thôn. Bên cạnh đó, UBND tỉnh đã chú trọng thúc đẩy liên kết hình thành chuỗi giá trị với sáu dự án phát triển sản xuất liên kết theo chuỗi giá trị gắn sản xuất với tiêu thụ sản phẩm thuộc Chương trình mục tiêu Quốc gia xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2018-2020.¹ Theo Quyết định số 490/QĐ-TTg ngày 07 tháng 5 năm 2018 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chương trình mỗi xã một sản phẩm (One Commune One Product - OCOP hay còn gọi Chương trình OCOP) giai đoạn 2018-2020 và Quyết định 1048/QĐ-TTg của Thủ tướng chính phủ về việc ban hành bộ tiêu chí đánh giá, phân hạng sản phẩm chương trình mỗi xã một sản phẩm. Chương trình OCOP nhằm phát huy lợi thế của địa phương trên lĩnh vực sản xuất nông nghiệp, sức mạnh cộng đồng để phát triển kinh tế nội sinh, đa dạng các loại hình tổ chức sản xuất, tạo ra nhiều loại sản phẩm mang nét đặc trưng riêng của tỉnh; góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế, nâng cao thu nhập cho người dân đặc biệt là vùng nông thôn; thực hiện hiệu quả Bộ tiêu chí Quốc gia về xã nông thôn mới. Mô hình OCOP là nền tảng rất thuận lợi để thúc đẩy sự hình thành và phát triển chuỗi giá trị du lịch nông thôn. Dự án Xây dựng mô hình phát triển nông nghiệp theo hướng tiếp cận đa ngành và

cải thiện môi trường đầu tư trong nông nghiệp được UBND tỉnh Lâm Đồng phối hợp thực hiện từ tháng 4/2014 nhằm nghiên cứu, đánh giá hiện trạng ngành nông nghiệp và phát triển nông thôn của tỉnh với mục đích xây dựng và phát triển “Đà Lạt - Kết tinh kỳ diệu từ đất lành” trở thành thương hiệu mạnh tham gia chuỗi giá trị toàn cầu. Một trong những mục tiêu của dự án là xây dựng điểm du lịch nông nghiệp số một Việt Nam. Như vậy, chuỗi giá trị du lịch nông thôn mới chỉ tập trung vào chuỗi cung ứng ngắn, phát triển gắn với phát triển du lịch Đà Lạt. Trên cơ sở đó, có thể tổng hợp những điểm mạnh, điểm yếu và nguyên nhân trong hình thành và thúc đẩy chuỗi giá trị du lịch nông thôn như sau:

Điểm mạnh

Liên kết được một số chủ thể tham gia chuỗi cung ứng như nông hộ, người dân, các khu điểm du lịch.

Khai thác được một phần giá trị đặc thù vùng nông thôn (cảnh quan thiên nhiên, tài nguyên nông nghiệp), sự tham gia của một số ngành nghề kinh tế vùng nông thôn. Giúp người dân phát huy giá trị sản phẩm nông nghiệp, nghề, làng nghề,... Nâng cao niềm tự hào của người dân và góp phần bảo vệ tài nguyên môi trường sinh thái, bảo tồn và phát huy những nét văn hóa độc đáo của địa phương.

Tạo thêm nguồn thu nhập cho các chủ thể (nông hộ, doanh nghiệp,...) và các chủ thể liên quan, đồng thời giúp nâng cao nhận thức của

¹UBND tỉnh Lâm Đồng (2018). Văn bản số 3826/UBND-NN ngày 21 tháng 06 năm 2018 về Thống nhất danh mục các dự án phát triển sản xuất liên kết theo chuỗi giá trị gắn sản xuất với tiêu thụ sản phẩm thuộc Chương trình mục tiêu Quốc gia xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2018-2020 với 6 dự án phát triển sản xuất liên kết theo chuỗi giá trị gắn sản xuất với tiêu thụ sản phẩm gồm 1) Dự án phát triển liên kết theo chuỗi giá trị gắn sản xuất với tiêu thụ sản phẩm rau, củ, quả; 2) Dự án phát

triển liên kết theo chuỗi giá trị gắn với sản xuất, tiêu thụ sản phẩm rau; 3) Dự án phát triển liên kết theo chuỗi giá trị gắn với sản xuất, tiêu thụ sản phẩm chè; 4) Dự án phát triển liên kết theo chuỗi giá trị gắn với sản xuất, tiêu thụ sản phẩm hoa; 5) Dự án phát triển liên kết theo chuỗi giá trị gắn với sản xuất, tiêu thụ sản phẩm hoa hồng môn; 6) Dự án phát triển liên kết theo chuỗi giá trị gắn với sản xuất, tiêu thụ sản phẩm mật ong.

các chủ thể, đặc biệt người dân về tham gia chuỗi giá trị du lịch.

Thúc đẩy quảng bá du lịch, đã tạo ra được một số hình ảnh điểm đến vùng nông thôn như Cầu Đất (cà phê Arabica, hồng sậy, sắn mây,...), Nam Ban (con đường tơ lụa),...

Điểm yếu

Các bên tham gia còn hạn chế vào các giai đoạn của chuỗi (sản xuất - chế biến - cung ứng - quảng bá - tiêu dùng). Thiếu sự kết nối các chủ thể gắn với hoạt động cơ bản và hỗ trợ vùng nông thôn để khai thác các giá trị tài nguyên vùng nông thôn một cách tổng thể theo hướng đặc thù địa phương. Thiếu sự kết nối một cách hệ thống từ cấp quản trị du lịch địa phương đến cộng đồng địa phương trong khai thác PTDLNT.

Nhiều chủ thể vùng nông thôn còn thiếu chủ động và phụ thuộc vào công ty lữ hành từ bên ngoài dẫn đến lợi ích thấp, chưa tương xứng. Các giá trị tạo ra cho các bên và du khách chưa đáp ứng được yêu cầu của sự phát triển.

Các điểm đến và các tour du lịch nông thôn vẫn chủ yếu do các đơn vị riêng lẻ khai thác nên sản phẩm trùng lặp, hình ảnh điểm đến rời rạc, chưa thể hiện được hình ảnh tổng thể của vùng nông thôn, cạnh tranh điểm đến. Các trải nghiệm thiếu đồng bộ, trọn gói cho khách tại vùng nông thôn (tham quan, giải trí ngoài trời, dịch vụ ăn uống, lưu trú,...).

Nguyên nhân

Quy hoạch và cơ chế chính sách của địa phương đối với PTDLNT và chuỗi giá trị du lịch chưa đầy đủ. Mặc dù địa phương đã quan tâm đến thúc đẩy các chuỗi giá trị gắn với sản xuất nông nghiệp hướng đến chuỗi giá trị toàn cầu và nhiều văn bản chính sách về phát triển du lịch, nhưng chuỗi giá trị du lịch nông nghiệp,

nông thôn chưa được chú trọng thúc đẩy. Lợi thế so sánh và yếu tố đặc thù vùng nông thôn chưa được nhận diện đầy đủ và phát huy hiệu quả trong du lịch.

Các quan hệ liên kết và sự chủ động từ phía địa phương để hình thành sản phẩm du lịch nông thôn và chuỗi giá trị du lịch còn chưa cao.

Xuất phát từ đặc điểm vùng nông thôn, yếu tố sản xuất chủ yếu mang tính mùa vụ, mật độ dân cư thấp, khó khăn trong tiếp cận đã tạo ra sự gián đoạn trong chuỗi cung ứng du lịch khi du khách đến trải nghiệm.

3. Những hàm ý thiết lập và thúc đẩy chuỗi giá trị trong phát triển du lịch nông thôn tại tỉnh Lâm Đồng

Từ những phân tích trên, để hình thành các chuỗi giá trị trong PTDLNT, tác giả đề xuất các hàm ý sau đây:

Thứ nhất, về cơ chế chính sách: Kế thừa từ kết quả này là điều kiện thuận lợi để thúc đẩy lợi thế so sánh của các vùng nông thôn trong xây dựng chuỗi giá trị du lịch trên cơ sở ngành nông nghiệp và các ngành kinh tế khác. Bởi du lịch là một trong những con đường để thúc đẩy sản xuất và tiêu thụ nông sản, du lịch là ngành kinh tế động lực² của địa phương và nâng cao nhận thức người sản xuất về trách nhiệm xã hội. Với lợi thế về nông nghiệp công nghệ cao đi đầu trong cả nước, đây là tiềm năng to lớn thúc đẩy PTDLNT. Hơn nữa, với Chương trình mục tiêu Quốc gia xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2018-2020 và Văn bản số 3826/UBND-NN ngày 21 tháng 06 năm 2018 về Thống nhất danh mục các dự án phát triển sản xuất liên kết theo chuỗi giá trị gắn sản xuất với tiêu thụ sản phẩm là điều kiện hết sức thuận lợi cho xây dựng chuỗi giá trị du lịch nông thôn. Do đó, về phía cơ quan quản lý địa phương cần chú trọng công tác quy hoạch tổng thể vùng nông thôn gắn với

² Theo Kế hoạch 7201/KH-UBND về Triển khai thực hiện Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm

2030 trên địa bàn tỉnh Lâm Đồng ngày 21 tháng 8 năm 2020.

thế mạnh tài nguyên du lịch và nông nghiệp của vùng như rau, hoa, cà phê, trái cây đặc sản, cây công nghiệp ngắn và dài ngày,... dựa trên nghiên cứu và khảo sát kỹ lưỡng, phát huy lợi thế so sánh từng vùng. Từ đó, có lộ trình và phương án cụ thể để xây dựng chuỗi. Tập trung các nguồn lực xây dựng, phát triển và quảng bá thương hiệu du lịch vùng nông thôn. Xác định các chuỗi giá trị du lịch nông thôn dựa trên các tiềm năng của vùng và đẩy mạnh thu hút vốn đầu tư vào xây dựng và phát triển sản phẩm và quảng bá du lịch nông thôn. Liên kết dọc hình thành chuỗi giá trị từ trung ương đến địa phương, các doanh nghiệp du lịch và cộng đồng dân cư tại điểm đến du lịch; liên kết theo ngành nghề kinh doanh du lịch (lữ hành, khách sạn, ăn uống, vận chuyển khách du lịch, vui chơi giải trí, nghỉ dưỡng) hoặc liên kết giữa ngành du lịch với các ngành khác trong cung ứng sản phẩm, dịch vụ cho ngành du lịch như ngành giao thông vận tải, điện, nước, nông nghiệp, lâm nghiệp,... với tư cách cung ứng sản phẩm, dịch vụ đầu vào cho ngành du lịch để tạo nên sản phẩm hoàn chỉnh phục vụ khách du lịch.

Thực hiện song hành công tác phát triển, quảng bá thương hiệu chuỗi giá trị du lịch nông thôn với quản lý, kiểm soát chất lượng sản phẩm, dịch vụ nhằm nâng cao chất lượng, giá trị, sức cạnh tranh của sản phẩm, dịch vụ; nhấn mạnh sự an toàn, chất lượng và tính chuyên nghiệp của sản phẩm, dịch vụ. Đồng thời để chuỗi giá trị du lịch phát huy hiệu quả, cần đầu tư nâng cấp hạ tầng giao thông, đào tạo và phát triển nguồn nhân lực, hỗ trợ nguồn lực tài chính cho vùng nông thôn, có chính sách khuyến khích các nông hộ, doanh nghiệp vùng nông thôn có lợi thế tham gia hình thành chuỗi giá trị du lịch nông thôn.

Thứ hai, thiết lập chuỗi giá trị phù hợp gắn với giá trị cốt lõi của vùng nông thôn. Việc thiết lập chuỗi giá trị cần dựa trên khảo sát thực tế để đánh giá các điểm mạnh, điểm yếu, những cơ

hội và thách thức có tiềm năng cho PTDLNT và nhận diện giá trị cốt lõi để hình thành chuỗi. Giá trị cốt lõi này đảm bảo tạo ra sức hấp dẫn đặc thù địa phương và hình ảnh điểm đến vùng nông thôn. Xây dựng chuỗi giá trị theo các chủ đề đặc trưng ở từng vùng nông thôn, ví dụ đặc sắc về cảnh quan và không gian, làng nghề, văn hóa,.. và mở rộng theo không gian chuỗi để thiết kế các sản phẩm, dịch vụ du lịch nông thôn phù hợp. Chính vì thế, chuỗi giá trị nên tập trung theo hướng kết nối các hoạt động mang tính trải nghiệm, nghỉ dưỡng, tham quan, chăm sóc sức khỏe, vui chơi giải trí, thưởng thức nông sản. Gắn chuỗi giá trị với nền tảng sản xuất nông nghiệp, trong đó chú trọng đến trải nghiệm các hoạt động sản xuất nông nghiệp công nghệ cao như nông trại rau, hoa, cà phê, hồng trái, trà, bò sữa, chồn, dê,...

Thứ ba, xác định các chủ thể tham gia chuỗi giá trị phù hợp và nâng cao nhận thức của họ về tầm quan trọng của thiết lập các “nút” trong chuỗi giá trị. Mỗi nút là một mắt xích quan trọng để chuỗi được kéo dài và vận hành đảm bảo đủ cho quá trình sản xuất và vận hành các sản phẩm du lịch nông thôn. Chuỗi giá trị được thiết lập dựa vào sự tham gia của nhiều chủ thể vùng nông thôn và các bên liên quan bên ngoài vùng nông thôn. Do đó, chuỗi thể hiện được sự liên kết lĩnh vực kinh doanh du lịch (lữ hành, khách sạn, ăn uống, vận chuyển, vui chơi giải trí, nghỉ dưỡng, tham quan) và liên kết với các ngành khác cung ứng sản phẩm, dịch vụ như ngành giao thông vận tải, cung cấp điện, nước, nông nghiệp, công nghiệp... - với tư cách cung ứng sản phẩm, dịch vụ đầu vào cho ngành du lịch để tạo nên sản phẩm hoàn chỉnh phục vụ khách du lịch. Để tạo ra nhiều giá trị gia tăng, nâng cao năng lực cạnh tranh, hạ thấp chi phí mỗi nông hộ, doanh nghiệp, hợp tác xã trong mỗi hoạt động của chuỗi cần có chính sách phát triển sản phẩm nhằm tạo ra lợi thế so sánh của các vùng nông thôn, tránh chồng chéo, trùng lặp

về sản phẩm dịch để nâng cao hiệu quả và từ đó nâng cao giá trị gia tăng cho mỗi hoạt động và đảm bảo cho chuỗi phát triển bền vững. Đồng thời các chủ thể tham gia trong chuỗi cần được nâng cao nhận thức về vai trò của họ trong chuỗi, nâng cao niềm tự hào của người dân, tính đặc trưng vùng nông thôn và xây dựng hình ảnh điểm đến thông qua năng lực tham gia.

Thứ tư, ứng dụng công nghệ hiện đại vào các hoạt động chuỗi để thúc đẩy sự phát triển bền vững. Với sự phát triển của khoa học công nghệ 4.0 là điều kiện thuận lợi cho các thành viên chuỗi chuẩn hóa từ đầu vào, quá trình vận hành và đầu ra của sản phẩm, góp phần xây dựng hình ảnh, thương hiệu của điểm đến. Thiết lập chuỗi giá trị, mỗi thành phần của chuỗi, đặc biệt nông hộ, doanh nghiệp sản xuất và kinh doanh nông sản được tiếp cận và ứng dụng công nghệ sản xuất sạch (VietGap, GlobalGap), tem truy xuất nguồn gốc điện tử (QR code) giúp

chuẩn hóa các chuỗi giá trị, mang lại lợi ích cho cả người nông dân và khách tiêu dùng sản phẩm dịch vụ du lịch.

Kết luận

Nghiên cứu chuỗi giá trị trong lĩnh vực du lịch nói chung và trong PTDLNT ở nước ta vẫn còn khá mới mẻ. Nghiên cứu chuỗi giá trị trong PTDLNT có thể giúp cho các nhà hoạch định chính sách địa phương nhận diện đầy đủ được các thế mạnh và tiềm năng quan trọng thiết lập chuỗi. Xác định chuỗi giá trị du lịch cụ thể tại vùng nông thôn có thể giúp các nhà quản lý xác định chính sách phù hợp với định hướng và thực tiễn PTDLNT tại địa phương. Đồng thời xây dựng và thúc đẩy chuỗi giá trị cần thúc đẩy cơ chế chính sách, thiết lập chuỗi giá trị phù hợp, xác định các chủ thể tham gia chuỗi phù hợp và nâng cao nhận thức của họ về tầm quan trọng của thiết lập các “nút” trong chuỗi giá trị và ứng dụng công nghệ hiện đại vào hoạt động chuỗi.

Tài liệu tham khảo

1. Austrian Development Cooperation (2020). Value Chain Analysis of Rural Tourism in Mtskheta-Mtianeti Region.
2. Bùi Thị Lan Hương (2012). So sánh thu nhập của các chủ thể trong chuỗi giá trị du lịch vùng nông thôn tại Cù lao Thới Sơn, tỉnh Tiền Giang. *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ*, 182-189.
3. Austrian Development Cooperation (2020). Value Chain Analysis of Rural Tourism in Mtskheta-Mtianeti Region. Retrieved at: <https://think-asia.org/bitstream/handle/11540/12588/39f55f7b21817f003.pdf?sequence=1>
4. Darău, A. P., Corneliu, M., Brad, M. L., & Avram, E. (2010). The concept of rural tourism and agritourism. *Studia Universitatis “Vasile Goldis” Arad*, 5(1), 39-42.
5. Dellaert, B. G., Ettema, D. F., & Lindh, C. (1998). Multi-faceted tourist travel decisions: a constraint-based conceptual framework to describe tourists' sequential choices of travel components. *Tourism Management*, 19(4), 313-320.
6. Tổ chức Hợp tác kỹ thuật Đức (GTZ, 2007). Cẩm nang Valuelink Phương pháp luận để thúc đẩy chuỗi giá trị. Eschborn.
7. Hjalager, A.-M., Tervo-Kankare, K., & Tuohino, A. (2016). Tourism value chains revisited and applied to rural well-being tourism. *Tourism Planning & Development*, 13(4), 379-395.
8. Ndivo, R. M., & Cantoni, L. (2015). Economic empowerment of communities through tourism: A poor tourism value chain approach. *Advances in Hospitality and Tourism Research (AHTR)*, 3(2), 116-134.
9. Ngô Thị Phương Lan, & Nguyễn Thị Vân Hạnh. (2020). Tiếp cận chuỗi giá trị trong nghiên cứu phát triển du lịch. *Social Sciences & Humanities*, 4(3).

10. Nguyễn Phúc Nguyên. (2019). Phát triển bền vững du lịch duyên hải miền Trung theo cách tiếp cận chuỗi giá trị. *Tạp chí phát triển kinh tế*, 02-11.
11. Porter, M. E. (1985). *The competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. New York, NY: Free Press.
12. Song, H., Liu, J., & Chen, G. (2013). Tourism value chain governance: Review and prospects. *Journal of travel research*, 52(1), 15-28.
13. Tejada, P., Santos, F. J., & Guzmán, J. (2011). Applicability of global value chains analysis to tourism: issues of governance and upgrading. *The Service Industries Journal*, 31(10), 1627-1643.
14. Thủ tướng Chính phủ (2018). Quyết định số 490/QĐ-TTg ngày 07 tháng 5 năm 2018 phê duyệt Chương trình mỗi xã một sản phẩm giai đoạn 2018-2020.
15. Thủ tướng Chính phủ (2019). Quyết định 1048/QĐ-TTg về việc ban hành bộ tiêu chí đánh giá, phân hạng sản phẩm chương trình mỗi xã một sản phẩm.
16. Ủy ban nhân dân tỉnh Lâm Đồng (2018). Văn bản số 3826/UBND-NN ngày 21 tháng 06 năm 2018 về Thống nhất danh mục các dự án phát triển sản xuất liên kết theo chuỗi giá trị gắn sản xuất với tiêu thụ sản phẩm thuộc Chương trình mục tiêu Quốc gia xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2018-2020.
17. Ủy ban nhân dân tỉnh Lâm Đồng (2020). Kế hoạch 7201/KH-UBND về Triển khai thực hiện Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030 trên địa bàn tỉnh Lâm Đồng ngày 21 tháng 8 năm 2020.
18. Wilson, S., Fesenmaier, D. R., Fesenmaier, J., & Van Es, J. C. (2001). Factors for success in rural tourism development. *Journal of Travel research*, 40(2), 132-138.
19. Zheng, L., & Liu, H. (2014). Increased farmer income evidenced by a new multifunctional actor network in China. *Agronomy for sustainable development*, 34(2), 515-523.
20. Zheng, L., Wang, H., Li, G., & Guo, Y. (2021). Construction Scenario for a Rural Tourism Value Chain: A Case Study from Rural China. *American Journal of Industrial and Business Management*, 11(01), 1.

Thông tin tác giả:

1. **Nguyễn Thị Thanh Ngân**, ThS., NCS.
- Đơn vị công tác: Khoa Du lịch, Trường Đại học Đà Lạt.
- Địa chỉ email: nganntt@dlu.edu.vn
2. **Mai Ngọc Thịnh**, ThS.
- Đơn vị công tác: Khoa Du lịch, Trường Đại học Đà Lạt.

Ngày nhận bài: 11/2/2021
Ngày nhận bản sửa: 7/5/2021
Ngày duyệt đăng: 21/5/2021