

KINH NGHIỆM PHÁT TRIỂN DU LỊCH NÔNG THÔN TRÊN THẾ GIỚI VÀ BÀI HỌC CHO VIỆT NAM

Nguyễn Văn Chất*

Tóm tắt:

Ngày nay, du lịch nông thôn được phát triển rộng khắp trên thế giới nhờ vào sự đóng góp tích cực của nó cho môi trường, kinh tế và xã hội ở các vùng nông thôn, đặc biệt ở các vùng sâu, vùng xa. Quá trình phát triển loại hình du lịch này ở các nước trên thế giới đã để lại nhiều kinh nghiệm có thể áp dụng ở Việt Nam.

Mục tiêu của bài viết này là phân tích các kinh nghiệm thành công trong việc phát triển du lịch nông thôn của một số nước trên thế giới. Đồng thời, bài viết cũng gợi ý một số khuyến nghị cho việc phát triển du lịch nông thôn tại Việt Nam.

Từ khóa : *Du lịch nông thôn, sản phẩm du lịch đặc thù, marketing du lịch, sự tham gia của người dân*

EXPERIENCES IN DEVELOPMENT OF RURAL TOURISM IN THE WORLD AND RECOMMENDATIONS FOR VIETNAM

Abstract:

Nowadays, the rural tourism has been widely developed around the world thanks to its positive contribution to environment, economic and society in rural areas, especially in the remote areas. The development process of this form of tourism has many experiences that can be applied in Vietnam.

This paper aims to analyze the successful experiences of rural tourism development in some countries around the world. Simultaneously, this paper also proposes some recommendations for the development of rural tourism in Vietnam.

Key words: *rural tourism, typical tourist produce, tourism marketing, participation of local community*

I. Mở bài

Ngày nay, loại hình du lịch nông thôn được phát triển rộng khắp các quốc gia và vùng lãnh thổ trên thế giới nhờ vào sự đóng góp tích cực của loại hình du lịch này về mặt môi trường,

* Giảng viên Bộ môn Du Lịch – Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn – Đại học Quốc gia TP.HCM.
NCS – Trường Đại học Perpignan Via Domitia, Cộng hòa Pháp

kinh tế và xã hội cho các vùng nông thôn, đặc biệt cho các vùng sâu, vùng xa. Quá trình phát triển du lịch nông thôn của các quốc gia trên thế giới đã để lại nhiều kinh nghiệm có thể áp dụng ở Việt Nam.

Bài viết này nhằm đến việc phân tích các học kinh nghiệm thành công trong việc phát triển du lịch nông thôn của một số nước trên thế giới. Đồng thời, bài viết cũng gợi ý một số khuyến nghị cho việc phát triển du lịch nông thôn tại Việt Nam.

II. Nội dung

1. Sơ lược du lịch nông thôn trên thế giới

Nguồn gốc phát triển du lịch nông thôn trên thế giới được tìm thấy ở các vùng núi của nước Đức và các vùng duyên hải của nước Pháp¹. Vào thế kỷ 19, nhu cầu giải trí tăng cao khi người châu Âu bị áp lực từ công việc, môi trường sống chật hẹp và dơ bẩn trong các thành phố công nghiệp². Sau đó, với sự cải thiện về phương tiện giao thông, thông tin liên lạc và các chuyến tham quan do các nghiệp đoàn tổ chức đã giúp họ dễ dàng đến tham gia vào hoạt động du lịch ở các vùng nông thôn,

Từ những năm 1950, nhiều quốc gia ở miền Bắc và Trung châu Âu đã có nhiều hoạt động du lịch ở nông thôn, đến những năm 1970 phổ biến ở miền Nam châu Âu. Sau đó, phát triển du lịch nông thôn được nhiều quốc gia xem như một chiến lược tương lai vì đã đóng góp vào việc hạn chế sự di dân từ nông thôn ra thành thị, tạo ra công ăn việc làm và thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội những vùng khó khăn³.

Ở bên kia Đại Tây Dương, trong các vùng Alpes và Montagnes Rocheuses của Hoa Kỳ và Canada, các điểm đến về du lịch nông thôn phát triển khá sớm nhờ chính sách marketing và sự phát triển của mạng lưới đường sắt⁴. Tuy nhiên, đến những năm 1970 và 1980, chính phủ nhiều bang bắt đầu xem xét một cách nghiêm túc tầm quan trọng của du lịch nông thôn trong bối cảnh sự giảm sút của nông nghiệp truyền thống và công nghiệp khai thác⁵.

¹ ARAHI Yutaka, *Rural tourism in Japan: the regeneration of rural communities*, Rural Life Research Institute Zenkoku Nogyo Kyoukai Kaikan, Japan, trang 2

² OCDE, 1994, *Tourism strategies and rural development*, Paris, trang 7

³ <http://ec.europa.eu/agriculture/rur/leader2/rural-fr/biblio/touris/art03.htm> (tham khảo ngày 13/03/2016)

⁴ OCDE, 1994, *Tourism strategies and rural development*, Paris, trang 8

⁵ TIMOTHY Dallen J., 2005, *Rural Tourism Business: A North American Overview* (chương 3) trong HALL Derek, KIRKPATRICK Irene, MITCHELL Morag, 2005, *Rural Tourism and Sustainable Business*, Channel View, Clevedon, trang 42

Ở châu Á, Bộ Nông Lâm (Hàn Quốc) đã điều hành Chương trình nông trại du lịch từ 1984 để hỗ trợ các nông trại du lịch và các quán trọ nông trại ở các vùng nông thôn phát triển⁶. Ở Nhật Bản, từ năm 1995, dưới sự bảo trợ của Bộ Nông nghiệp, Lâm nghiệp và Ngư nghiệp đã thúc đẩy việc thiết lập các nhà ở (trong các trang trại) để cung cấp cho khách tham quan chỗ lưu trú, thức ăn và cơ hội tham gia vào các hoạt động hàng ngày trong các trang trại như: trồng cây, thu hoạch và câu cá. Những năm qua, du lịch nông thôn được biết đến ở các cộng đồng nông thôn khắp Nhật Bản [Yutaka Arahi, 1998].

Ở khu vực Đông Nam Á, Malaysia đã có các chương trình phát triển du lịch tổ chức ở nông thôn từ những năm 1995 do Bộ Văn hóa, Nghệ thuật và Du lịch khởi xướng để giới thiệu các môn thể thao, trò chơi và văn hóa truyền thống Malaysia⁷.

Ngày nay, thật không dễ để có được những con số cụ thể về đóng góp của du lịch nông thôn bởi vì hầu hết các nước đều không có những thống kê riêng cho loại hình du lịch này. Tuy nhiên, du lịch nông thôn đang trở thành xu hướng toàn cầu. Ở châu Âu, du lịch nông thôn tăng gấp 3 lần so với mức tăng trưởng chung về du lịch. Theo Tổ chức Du lịch thế giới, du lịch nông thôn tăng 6% so với mức tăng bình quân 2% của du lịch thế giới. Còn theo các chuyên gia, hiện nay, thị trường du lịch gắn có các hoạt động với thiên nhiên, văn hóa ở nông đang tăng cao⁸. Riêng ở Anh, các thống kê của chính phủ năm 2010/2011 cho thấy: du lịch nông thôn đạt 34 tỉ euros, chiếm 12% lao động nông thôn, và khoảng 10% các cơ sở kinh doanh liên quan đến loại hình du lịch này⁹. Hay ở Trung Quốc, theo Chương trình quốc gia về phát triển du lịch nông thôn (2009-2015), CNTA¹⁰ dự đoán đến cuối năm 2015 sẽ tạo ra 1 000 thành phố du lịch và 10 000 làng du lịch trên toàn lãnh thổ để phát triển du lịch nông thôn. CNTA cũng dự đoán, đến cuối năm 2015, Trung quốc có thể đón 771 triệu khách du lịch nông thôn, đạt 114,5 tỷ nhân dân tệ, tạo ra việc làm trực tiếp cho 989 triệu người và 36,8 triệu việc làm gián tiếp. Nguồn thu nhập bình quân của người nông dân tăng khoảng 5% hàng năm khi tham gia vào du lịch nông thôn¹¹.

⁶ http://www.sanvatbavi.com.vn/detail.asp?id=701&cate_id=35&parent_id=24, (tham khảo ngày 25/03/2016)

⁷ <http://www.infra.gov.my/web/guest/pengurusan-homestay> (tham khảo ngày 29/03/2016)

⁸ ZOTO Stela, QIRICI Eleina, POLENA Esmeralda, *Agrotourism - A Sustainable Development for Rural Area of Korca*, European Academic Research, Vol. 1, Issue 2/ MAY 2013, p. 212

⁹ European Parliament, 2013, *op. cit.*, p.39

¹⁰ CNTA: China National Tourism Administration

¹¹ WANG Ling-en, CHENG Sheng-kui, ZHONG Lin-sheng, MU Song-lin, DHRUBA Bijaya GC, REN Guo-zhu, *Rural Tourism Development in China: Principles, Models and the Future*, J. Mt. Sci. (2013) 10: 116-129, DOI: 10.1007/s11629-013-2501-3, p. 117

Tóm lại, sự thành công trong hoạt động du lịch nông thôn của nhiều quốc gia trên thế giới không phải là sự ngẫu nhiên hay may rủi mà dựa trên việc theo đuổi các chính sách phát triển một cách dài hạn, hợp lý của các quốc gia đó.

2. Các bài học kinh nghiệm phát triển du lịch nông thôn

Đến nay, chưa có một mô hình du lịch nông thôn mang tính toàn cầu có thể có thể áp dụng ở tất cả các nước. Nhưng quá trình phát triển loại hình du lịch này, mỗi quốc gia, mỗi vùng lãnh thổ có những kinh nghiệm riêng có thể xem xét để áp dụng ở Việt Nam.

a) Chính sách phát triển của nhà nước

Theo Trigano G. (1980), nông thôn là nơi cuối cùng có tiềm năng phát triển du lịch vô hạn và cũng là nơi ít gặp trở ngại nhất trong việc đổi mới. Vì vậy, hầu hết các quốc gia đánh giá đúng tầm quan trọng việc phát triển du lịch ở nông thôn và có các chính sách phát triển sớm loại hình du lịch này đều mang đến thành công: các nước bắc Âu, trung Âu (1950), nam Âu (1970), Bắc Mỹ (1970, 1980), Trung Quốc (1980), Hàn Quốc (1984), Nhật Bản (1995), Malaysia (1995)... Các trường hợp ngược lại như: tại Iran, hợp tác xã nông thôn đã được thiết lập sau cải cách ruộng đất 1963 nhưng đến nay năng lực của các hợp tác xã này còn rất hạn chế trong việc thúc đẩy phát triển du lịch ở nông thôn bởi vì chính phủ Iran không xem du lịch nông thôn là một nhân tố phát triển đối với các khu vực nông thôn¹². Tại Việt Nam, các hoạt động du lịch ở nông thôn đã bắt đầu manh nha sau Đổi Mới (1986) nhưng thuật ngữ “du lịch nông thôn” lần đầu tiên xuất hiện chính thức trong Chiến lược phát triển nông nghiệp nông thôn (giai đoạn 2011 - 2020) ban hành bởi Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn năm 2009. Kể từ đó, Việt Nam chưa có bất kỳ quy hoạch hay chính sách phát triển cụ thể nào cho loại hình này. Vì vậy, du lịch nông thôn Việt Nam vẫn đang tiếp tục phát triển một cách tự phát.

Hơn nữa, các quốc gia thành công về du lịch nông thôn đều theo đuổi các chính sách dài hạn, với sự tham gia của nhiều bộ, ngành và tổ chức khác nhau. Ví dụ : Chương trình nông trại du lịch của Hàn Quốc ra đời từ 1984 do Bộ Nông Lâm điều hành nhằm hỗ trợ các hoạt động du lịch theo mô hình nông trại du lịch và các quán trọ nông trại với sự phối hợp của Bộ Nội vụ và Văn phòng Chính phủ, Bộ Nông Lâm, Bộ Hải vụ và Ngư nghiệp, Cơ quan quản lý Phát triển Nông thôn và Trung tâm Dịch vụ Lâm nghiệp Hàn Quốc¹³.

¹² AREF Fariborz, GILL Sarjit S, 2009, *Rural Tourism Development through Rural Cooperatives*, Nature and Science, 7(10), trang 71

¹³ http://www.sanvatbavi.com.vn/detail.asp?id=701&cate_id=35&parent_id=24, tham khảo ngày 29/03/2016

Bên cạnh đó, các quốc gia này thực hiện chính sách phát triển minh bạch và đối tượng hưởng lợi được ưu tiên là cộng đồng ở nông thôn, nhất là các vùng xa xôi hẻo lánh. Ở Việt Nam, sự mập mờ và thiếu công bằng trong việc phát triển du lịch đã gây bức xúc cho các người dân một số địa phương, điển hình ở làng cổ Đường Lâm (Hà Nội): sự bức xúc kéo dài không được chính quyền địa phương giải quyết đã khiến 78 hộ dân của làng làm đơn trả lại danh hiệu làng cổ vào năm 2013¹⁴.

b) Xây dựng sản phẩm du lịch đặc thù

Nhu cầu của khách du lịch ngày càng cao và đa dạng đòi hỏi các quốc gia muốn phát triển du lịch cần phải có các sản phẩm đặc thù để tăng tính hấp dẫn và độc đáo cho điểm đến. Sản phẩm du lịch đặc thù là “những sản phẩm có được yếu tố hấp dẫn, độc đáo/duy nhất, nguyên bản và đại diện về tài nguyên du lịch (tự nhiên và nhân văn) cho một lãnh thổ/điểm đến du lịch...” (Phạm Trung Lương, 2007).

Dựa vào đặc tính sản phẩm du lịch đặc thù và tài nguyên du lịch của từng địa phương, người châu Âu đã sớm xây dựng các sản phẩm đặc thù về du lịch để thu hút khách du lịch đến các vùng nông thôn. Tại Hà Lan, sản phẩm du lịch nông thôn dựa vào hoạt động cắm trại trong các trang trại, và khách du lịch được cung cấp các dịch vụ: đi dạo bằng xe đạp, đi bộ ngắm cảnh hoặc cưỡi ngựa [Peters et al, 1994]. Tại Pháp, hoạt động du lịch nông thôn rất phong phú: khám phá địa phương theo chuyên đề (tự nhiên, văn hóa, lịch sử, di sản), đi bộ ngắm cảnh, đi dạo bằng xe đạp, tham gia các hoạt động dưới nước và thưởng thức ẩm thực truyền thống từng địa phương¹⁵. Tại New Zealand hay Úc, hoạt động du lịch nông thôn dựa vào các trang trại trồng, cơ sở sản xuất rượu vang ở nông thôn. Còn người Hàn Quốc và Nhật Bản phát triển du lịch dựa vào nông trại nông thôn. Như vậy, sản phẩm du lịch đặc thù đã góp phần cho thành công của các quốc gia này trong việc thỏa mãn nhu cầu của khách du lịch và phát triển du lịch nông thôn.

c) Sự tham gia của các hiệp hội

Tại châu Âu, bên cạnh các kinh nghiệm vừa kể trên, việc phát triển du lịch nông thôn có sự hỗ trợ to lớn của các hiệp hội khu vực và của từng quốc gia. Từ hơn 20 năm (tại thời điểm năm 2012) LEADER¹⁶ đã phát triển 23 087 nhóm hành động địa phương trên lãnh thổ 27 quốc gia thuộc Liên minh châu Âu (quá trình thành lập các nhóm hành động chưa đầy đủ ở Romania và

¹⁴ <http://thanhnien.vn/van-hoa/dan-duong-lam-tiep-tuc-ky-don-xin-tra-danh-hieu-di-tich-29241.html>, tham khảo ngày 28/03/2016

¹⁵ <http://www.entreprises.gouv.fr/tourisme/tourisme-rural>, tham khảo ngày 29/03/2016

¹⁶ LEADER: ¹⁶ Liaison Entre Actions de Développement de l'Économie Rurale

Bulgaria)¹⁷ để thực hiện Chiến lược phát triển địa phương thông qua phương pháp tiếp cận của LEADER. LEADER giữ vai trò liên kết hợp tác vì lợi ích của chương trình với các đối tác liên lãnh thổ và xuyên quốc gia. Đối với hoạt động du lịch nông thôn, LEADER hỗ trợ tư vấn phát triển và các chiến lược marketing để thu hút khách du lịch cho từng thành viên tham gia. Hay Hiệp hội Accueil Paysan có trụ sở chính ở Pháp do nông dân thành lập có khoảng 1 100 hội viên (đa số tại Pháp) và 34 quốc gia trên thế giới, trong đó Việt Nam có 4 thành viên¹⁸. Chức năng chính của Accueil Paysan là: (1) quảng bá, (2) tập huấn, (3) tìm kiếm đối tác và (4) xin tài trợ để hỗ trợ các thành viên trong mạng lưới. Khi tham gia, các thành viên phải đóng lệ phí hàng năm theo quy định chung của hiệp hội. Bên cạnh đó, các quốc gia ở châu Âu còn có hiệp hội quốc gia, hiệp hội cấp vùng và hiệp hội cấp tỉnh để thúc đẩy các hoạt động du lịch nông thôn phát triển.

Tại Việt Nam, ở cấp độ quốc gia, chưa có các hiệp hội để liên kết phát triển du lịch nông thôn. Ở đồng bằng sông Cửu Long, 13 tỉnh và thành phố đã thành lập Hiệp hội du lịch đồng bằng sông Cửu Long, tuy nhiên, hiệp hội này còn mang nặng chức năng hành chính.

d) Chính sách marketing hiệu quả

Tại Hoa Kỳ, du lịch nông thôn phát triển rất sớm, một mặt, nhờ vào sự phát triển của hệ thống giao thông vận tải (đặc biệt là mạng lưới đường sắt đến các vùng nông thôn), mặt khác, nhờ vào các chính sách marketing hiệu quả về điểm đến. Kết quả là : các vùng Wyoming, Montana và Idaho của Hoa Kỳ, số lượng cơ sở đón khách du lịch ở trang trại, trại chăn nuôi tăng 5% năm 1985 lên 90% năm 1992¹⁹. Các nghiên cứu về marketing chỉ ra rằng “động cơ du lịch của du khách đóng vai trò quan trọng”²⁰ để xây dựng chiến lược marketing. Hiểu được điều này, ở Canada, người ta xây dựng chiến lược marketing của họ xoay quanh chữ “nostalgia” (hoài nhớ cổ hương) trong chiến dịch “Come Back Home” (trở về nhà) để thu hút khách du lịch từ các thành phố về các vùng nông thôn. Và họ đã thực hiện 4 chủ đề xoay quanh nostalgia: longing for paradise (thiên đường đích thực); the simple life (cuộc sống giản đơn); past times (quá khứ) và the return to childhood (trở về tuổi thơ)²¹. Với người Úc, truyền thông quốc tế ngày nay trở thành nhân tố quan trọng giúp việc nhận diện và khẳng định văn hóa của họ khắp thế giới thông

¹⁷ LEADER, 2012, EU Rural Review, trang 7

¹⁸ http://www.accueil-paysan.com/fr/catalog/list/?country=VM&locality=&locality_id=&latitude=&longitude=&submit=Rechercher, tham khảo ngày 30/03/2016

¹⁹ OCDE, 1994, *Tourism strategies and rural development*, Paris, trang 8

²⁰ STREIMIKIENE, D., BILAN, Y., 2015, *Review Of Rural Tourism Development Theories*, Transformations in Business & Economics, Vol. 14, N° 2 (35), trang 31

²¹ WANDA George E., HEATHER Mair và REID Donald G., *Rural Tourism Development: Localism and Cultural Change*, Channel View, trang 7

qua các bộ phim, các buổi nói chuyện về du hành thám hiểm, những câu chuyện, phóng sự du lịch²². Và họ đã rất thành công trong việc tiếp thị du lịch qua các bộ phim: Story of the Kelly Gang (1906); Ned Kelly (1970); Ned Kelly (2003)²³. Tại Việt Nam, Amant (Người tình) - bộ phim được thực hiện 1992 bởi Annaud Jean-Jacques dựa theo tiểu thuyết cùng tên của Duras Marguerite đã giúp đồng bằng sông Cửu Long đón một làn sóng khách du lịch châu Âu đến để thỏa mãn sự tò mò từ các cảnh quay của bộ phim (VTA²⁴, 2014). Chắc hẳn đã có một hiệu ứng tương tự đến từ bộ phim Tôi thấy hoa vàng trên cỏ xanh (2015) được chuyển thể từ truyện dài của nhà văn Nguyễn Nhật Ánh, do Victor Vũ làm đạo diễn. Tuy nhiên, các trường hợp ở Việt Nam chỉ là sự “tình cờ” các địa phương được quảng bá trong các bộ phim thương mại, chứ không phải được xây dựng một cách có chủ đích để quảng bá cho du lịch nông thôn. Tóm lại, bằng cách này hay cách khác, để có các chính sách marketing hiệu quả, các tổ chức, cá nhân tham gia vào hoạt động du lịch phải có được phương thức marketing phù hợp để thỏa mãn nhu cầu và mong muốn của du khách.

e) Sự tham gia của cộng đồng địa phương

Phát triển du lịch nông thôn ở bất kỳ quốc gia hay vùng lãnh thổ nào thì sự tham gia của cộng đồng địa phương cũng đóng vai trò sống còn trong các dự án phát triển về du lịch. Theo GIRARD Alain và SCHÉOU Bernard: “sự tham gia của người dân địa phương vào các dự án du lịch được xem như nhân tố thành công cho các dự án đó”²⁵. Thật vậy, ở Ontario (Canada)²⁶, người dân địa phương là nhân tố chính trong các sự kiện văn hóa, lễ hội và các tour tham quan trang trại mang đến sự thành công trong các hoạt động du lịch nông thôn tại đây. Tại Kenya, một khách sạn 5 sao được xây dựng gần công viên quốc gia Amboselli, dưới chân núi Kilimanjaro không chỉ để tận dụng lợi thế về môi trường, hệ động vật đa dạng mà còn bởi sự phong phú về văn hóa Masai của người dân địa phương trong vùng. Điều này càng cho chúng ta thấy rằng: cộng đồng địa phương có ảnh hưởng lớn đối với sản phẩm du lịch²⁷. Ở Việt Nam,

²² BEETON Sue, 2004, *Rural tourism in Australia - has the gaze altered? Tracking rural images through film and tourism promotion*, International Journal of Tourism Research, 6, trang 132

²³ BEETON Sue, 2004, *Rural tourism in Australia - has the gaze altered? Tracking rural images through film and tourism promotion*, International Journal of Tourism Research, 6, trang 133

²⁴ VTA: Vinh Long Tourism Association : <http://vinhlongtourism.vn/tintuc/du-lich-vinh-long/du-lich-vinh-long-35-nam-hinh-thanh-va-phat-trien.html#.Vcg4Evntmko> (page consulté le 7 mai 2015)

²⁵ GIRARD Alain, SCHEOU Bernard, *Tourisme et pauvreté: Du tourisme comme instrument de réduction de la pauvreté au tourisme comme sortie du réductionnisme utilitariste?*, Colloque international - Le tourisme durable et la lutte contre la pauvreté, Vanlanguni, 12, 2008, trang 91

²⁶ HALL Derek, KIRKPATRICK Irene, MITCHELL Morag, 2005, *Rural Tourism and Sustainable Business*, Channel View, Clevedon, trang 165

²⁷ HALL Derek, KIRKPATRICK Irene, MITCHELL Morag, 2005, *Rural Tourism and Sustainable Business*, Channel View, Clevedon, trang 169

người dân địa phương đang là những “người làm thuê” cho các công ty lữ hành đang khai thác du lịch trên chính quê hương của họ.

3. Một số gợi ý cho việc phát triển du lịch nông thôn

Ở các vùng nông thôn Việt Nam, đặc biệt là ở đồng bằng sông Cửu Long, ngành nông nghiệp đang phải đối diện với nhiều khó khăn hơn bao giờ hết: biến đổi khí hậu, thị trường nông sản phụ thuộc vào thương lái, thiếu lao động do làn sóng di cư đến các thành phố lớn tìm việc. Trong khi đó du lịch nông thôn đang có nhiều triển vọng phát triển khi số lượng khách du lịch quốc tế đến Việt Nam không ngừng tăng lên, hơn nữa, áp lực công việc, tình trạng ô nhiễm môi trường ở các thành phố lớn cũng đang là các nhân tố thúc đẩy người dân tìm đến các vùng nông thôn để tận hưởng không khí trong lành. Từ bối cảnh này, bài viết đề nghị một số gợi ý sau đây nhằm góp phần thúc đẩy phát triển du lịch nông thôn tại Việt Nam.

- a) Chính phủ và các bộ, ngành trung ương và địa phương cần sớm xây dựng chiến lược phát triển du lịch nông thôn phù hợp với xu hướng quốc tế, khả năng của từng địa phương và tạo sự công bằng cho các bên tham gia làm cơ sở pháp lý mở đường cho việc phát triển du lịch loại hình này. Cơ quan quản lý nhà nước, địa phương đóng vai trò định hướng, chứ không đóng vai trò quyết định tất cả các vấn đề về phát triển.
- b) Cần có sự phối hợp giữa cơ quan quản lý, các nhà nghiên cứu, các doanh nghiệp kinh doanh du lịch và người dân để xây dựng được sản phẩm du lịch đặc thù cho từng địa phương, tránh tình trạng “dẫm chân nhau” về sản phẩm du lịch trong hầu hết các địa phương hiện nay.
- c) Sớm hình thành các chuỗi liên kết hợp tác hợp tác giữa các địa phương, giữa các thành phần tham gia khai thác du lịch để tạo thành một sức mạnh tổng hợp cho cả nước. Cần sớm hình thành Hiệp hội du lịch nông thôn Việt Nam để liên kết, hợp tác với các hiệp hội quốc tế.
- d) Cộng đồng địa phương vừa có vai trò gìn giữ kho báu quốc gia về lịch sử, văn hoá, và cũng là những người bảo vệ môi trường tốt nhất, và cũng chính họ giữ vai trò truyền tải các đặc trưng truyền thống dân tộc đến khách du lịch. Vì vậy, các nhà hoạch định chính sách phát triển du lịch nông thôn cần phải xem trọng tầm quan trọng của họ trong các bước phát triển du lịch nông thôn.

III. Kết luận

Du lịch nông thôn ngày càng có nhiều đóng góp cho các quốc gia và vùng lãnh thổ trên thế giới. Tuy nhiên, loại hình du lịch này cũng rất nhạy cảm với các yếu tố chính trị, kinh tế, xã hội. Vì vậy, Việt Nam cần phải học hỏi kinh nghiệm của các nước trên thế giới để xây dựng chiến lược phát triển du lịch nông thôn phù hợp với điều kiện của từng địa phương trong cả nước.

IV. Tài liệu tham khảo

1. AREF Fariborz, GILL Sarjit S, 2009, *Rural Tourism Development through Rural Cooperatives*, Nature and Science, 7(10), trang 71
2. Beeton Sue, 2004, *Rural tourism in Australia - has the gaze altered? Tracking rural images through film and tourism promotion*, International Journal of Tourism Research, 6, trang 132, 133
3. HALL Derek, KIRKPATRICK Irene, MITCHELL Morag, 2005, *Rural Tourism and Sustainable Business*, Channel View, Clevedon, trang 165, 169
4. George E. Wanda, Mair Heather và Donald G. Reid, 2009, *Rural Tourism Development: Localism and Cultural Change*, Channel View, trang 7
5. GIRARD Alain, SCHEOU Bernard, *Tourisme et pauvreté: Du tourisme comme instrument de réduction de la pauvreté au tourisme comme sortie du réductionnisme utilitariste?*, Colloque international - Le tourisme durable et la lutte contre la pauvreté, Vanlanguni, 12, 2008, trang 91
6. OCDE, 1994, *Tourism strategies and rural development*, Paris, trang 8
7. STREIMIKIENE, D., BILAN, Y., 2015, *Review Of Rural Tourism Development Theories*, Transformations in Business & Economics, Vol. 14, N° 2 (35), trang 31

Website

1. http://www.sanvatbavi.com.vn/detail.asp?id=701&cate_id=35&parent_id=24, tham khảo ngày 29/03/2016
2. <http://thanhvien.vn/van-hoa/dan-duong-lam-tiep-tuc-ky-don-xin-tra-danh-hieu-di-tich-29241.html>, tham khảo ngày 28/03/2016
3. <http://www.entreprises.gouv.fr/tourisme/tourisme-rural>, tham khảo ngày 29/03/2016
4. http://www.accueilpaysan.com/fr/catalog/list/?country=VM&locality=&locality_id=&latitude=&longitude=&submit=Rechercher, tham khảo ngày 30/03/2016