

Phát triển du lịch nông thôn ở vùng đồng bằng sông Cửu Long: Đường đến cơ cấu kinh tế dịch vụ - nông - công nghiệp

PGS. TS. Đoàn Thị Mỹ Hạnh, ThS. Bùi Thị Quỳnh Ngọc*

*Khoa Quản trị Kinh doanh, Trường Đại học Mở Thành phố Hồ Chí Minh,
97 Võ Văn Tần, Quận 3, Thành phố Hồ Chí Minh, Việt Nam*

Nhận ngày 17 tháng 4 năm 2012

Tóm tắt. Bước sang thế kỷ XXI, con người không chỉ quan tâm đến việc có thể tiêu dùng bao nhiêu sản phẩm và dịch vụ mà còn rất quan tâm đến chất lượng cuộc sống. Xu hướng này chính là tiền đề cho loại hình du lịch xanh phát triển, mở ra cơ hội cho các nước kém phát triển vốn có nền kinh tế dựa vào ngành nông - lâm - ngư nghiệp có thể chuyển dịch nhanh cơ cấu kinh tế từ nông nghiệp sang dịch vụ. Liệu vùng đồng bằng sông Cửu Long có thể chuyển dịch cơ cấu kinh tế theo xu hướng này không? Bài viết giới thiệu xu hướng chuyển dịch cơ cấu kinh tế của các nước trên thế giới, xu hướng tăng trưởng nhu cầu du lịch trên thế giới và ở Việt Nam, phân tích tình hình tăng trưởng kinh tế và ngành du lịch ở vùng đồng bằng sông Cửu Long. Từ đó, bài viết gợi ý thay vì chỉ sản xuất nông sản, vùng có thể kinh doanh các dịch vụ đi cùng quá trình sản xuất đó cho du khách trải nghiệm. Theo cách này, cơ cấu kinh tế của vùng có thể chuyển dịch sang dịch vụ - nông - công nghiệp.

Từ khóa: Cơ cấu kinh tế, du lịch nông thôn, đồng bằng sông Cửu Long.

1. Dẫn nhập

Qua một thế kỷ phát triển, diện mạo nền kinh tế thế giới đã có những thay đổi rõ rệt. Theo đó, nhu cầu của con người cũng hình thành những xu hướng mới, không chỉ ở các nước phát triển mà cả ở những nước kém phát triển. Sau một thời kỳ dài cố gắng tăng khối lượng, trong thập niên đầu của thế kỷ XXI, nhiều quốc gia, nhất là các nước phát triển đã quan tâm đến việc tăng chất lượng. Đó là do ngày nay con người không chỉ quan tâm đến việc có thể tiêu dùng bao nhiêu sản phẩm và dịch vụ mà còn rất quan tâm đến chất lượng cuộc sống như thế nào. Họ đã nhận ra rằng cuộc

sống chỉ thật sự hạnh phúc khi được sống trong một môi trường thiên nhiên trong lành, các hoạt động văn hóa - xã hội đa dạng, được chăm sóc sức khỏe tốt và nhiều yếu tố khác không thể đo lường cụ thể bằng vật chất. Xu hướng này chính là tiền đề cho loại hình du lịch xanh phát triển nhanh chóng, mở ra cơ hội cho các nước kém phát triển vốn có nền kinh tế dựa vào ngành nông - lâm - ngư nghiệp có thể chuyển dịch nhanh cơ cấu kinh tế từ nông nghiệp sang dịch vụ.

Vùng đồng bằng sông Cửu Long vốn là vùng sản xuất nông nghiệp lớn nhất nước ta, liệu có thể chuyển dịch cơ cấu kinh tế sang dịch vụ - nông - công nghiệp thay vì công - nông nghiệp - dịch vụ hay không? Bài viết đưa ra những phân tích góp phần trả lời cho câu hỏi đã nêu với cách tiếp cận theo hướng sử dụng hiệu

* Tác giả liên hệ. ĐT: 84-4-973217582
E-mail: ngoqbq2002@yahoo.com

quả nguồn lực của vùng bằng cách chuyển từ việc chỉ tổ chức sản xuất để làm ra và bán các sản phẩm nông nghiệp, tiêu thụ công nghiệp sang tổ chức cung cấp các dịch vụ đi cùng quá trình sản xuất đó cho du khách trải nghiệm.

2. Xu hướng chuyển dịch cơ cấu kinh tế và đóng góp của ngành du lịch và GDP

Nếu như, trong thế kỷ XX nhiều quốc gia đã thực hiện chuyển dịch cơ cấu kinh tế từ nông - công nghiệp sang công - nông nghiệp và đưa nền kinh tế của các nước này phát triển một cách thần kỳ thì ngày nay điều đó không còn

được coi là con đường phải đi để phát triển nữa. Bởi vì, người ta đã nhận ra cái giá phải trả cho sự phát triển công nghiệp không rẻ. Con người không còn được sống trong một môi trường thiên nhiên trong lành như trước vì môi trường sinh thái bị ô nhiễm, đồng ruộng bị bạc màu, biến đổi khí hậu, dịch bệnh... Các quốc gia phát triển đi tìm con đường mới, đó là chuyển dịch cơ cấu kinh tế từ công - nông nghiệp - dịch vụ sang dịch vụ - công - nông nghiệp. Hiện nay cơ cấu kinh tế của các nước phát triển có tỷ trọng ngành dịch vụ rất cao (72-79%), trong khi ngành nông nghiệp chiếm tỷ trọng rất thấp (1-2%) (Bảng 1).

Bảng 1. Cơ cấu kinh tế của một số nước phát triển

	Quốc gia	Anh	Mỹ	Pháp	Nhật Bản
% tổng sản phẩm quốc dân					
Dịch vụ	77	79	78	72	72
Công nghiệp	22	20	20	27	27
Nông nghiệp	1	1	2	1	1
Tổng	100	100	100	100	100

Nguồn: World Bank (2010), World Development Indicators.

Ngược lại, ở các nước kém phát triển, ngành nông nghiệp thường chiếm tỷ trọng khá cao trong cơ cấu kinh tế, ví dụ như Lào (36%), Nepal (38%), Việt Nam (20%)[5]. Đối với Việt Nam, vùng đồng bằng sông Cửu Long trước năm 2000 được coi là vùng kinh tế thuần nông vì giá trị sản lượng ngành nông - lâm - ngư nghiệp (năm 2000) chiếm đến 52,8% trong tổng

giá trị sản lượng của vùng, trong khi ngành công nghiệp chỉ chiếm 18%. Số liệu Bảng 2 cho thấy cơ cấu kinh tế vùng đồng bằng sông Cửu Long chuyển dịch theo hướng giảm tỷ trọng ngành nông - lâm - ngư nghiệp, tăng tỷ trọng ngành dịch vụ và công nghiệp là hướng chuyển dịch tương đồng với hướng chuyển dịch hiện nay của nhiều nền kinh tế trên thế giới.

Bảng 2. Cơ cấu kinh tế vùng đồng bằng sông Cửu Long (%)

Năm	Nông nghiệp	Công nghiệp	Dịch vụ
2000	52,8	18	29,2
2004	48,1	21,5	30,3
2005	46,1	22,7	31,1
2006	43,2	24,5	32,3
2007	40,8	26	33,2
2008	38,7	27,3	34,0
2009	41,5	24,3	34,2
2010	39	26	35

Nguồn: Số liệu thống kê các tỉnh [2,3].

Trong nền kinh tế thuần nông, người nông dân không có điều kiện thuận lợi để cải thiện đời sống vì thu nhập rất bấp bênh, rủi ro về thị trường và diễn biến bất thường của thiên nhiên. Vì vậy, tốc độ tăng trưởng kinh tế thường rất chậm, nếu muốn đẩy nhanh tốc độ phát triển cần phải có chính sách chuyển dịch cơ cấu kinh tế. Nhưng chuyển dịch theo hướng nào? Trước đây xu hướng chuyển dịch là từ nông nghiệp sang công nghiệp và nhiều nước phát triển ngày nay đã từng đi theo con đường đó rất thành công. Tuy nhiên, ngày nay thế giới đang chứng kiến những biến đổi môi trường sinh thái, môi trường xã hội có ảnh hưởng không tốt đến sự phát triển của ngành nông nghiệp và cuộc sống của người dân nông thôn. Mặt khác, xã hội cũng rất cần lương thực, thực phẩm, do đó ngành nông nghiệp phải được duy trì và phát triển. Tuy nhiên, nếu chuyển dịch cơ cấu kinh tế từ nông nghiệp sang dịch vụ với các ngành

dịch vụ tài chính - ngân hàng, công nghệ thông tin, thẩm mỹ, giải trí..., thì liệu có bảo đảm được chính sách an ninh lương thực? Với những vùng kinh tế thuần nông, phát triển du lịch nông thôn là con đường thuận lợi nhất vì du lịch nông thôn sử dụng những nguồn lực sẵn có, không đòi hỏi nguồn vốn đầu tư quá lớn cũng như thời gian để đào tạo nhân lực. Du lịch nông thôn phát triển vừa làm tăng thu nhập cho người dân nông thôn, vừa bảo đảm cung cấp lương thực không chỉ cho dân cư trong vùng mà cho cả những vùng không có điều kiện thuận lợi để sản xuất nông nghiệp. Hơn nữa, ngành du lịch vốn là một trong những ngành kinh tế có tốc độ phát triển nhanh nhất, và khi nền kinh tế bị khủng hoảng hay suy thoái thì đây cũng là ngành ít bị ảnh hưởng nhất. Năm 2011, mặc dù tốc độ tăng trưởng của nền kinh tế thế giới sụt giảm, thu nhập du lịch vẫn tăng 3,8% và đóng góp vào GDP toàn thế giới 9% [6].

Bảng 3. Thu nhập từ ngành du lịch và tỷ lệ đóng góp vào GDP Việt Nam

Năm	Thu nhập từ ngành du lịch (tỷ USD)	Tỷ lệ đóng góp vào GDP (%)
2007	3,5	4,9
2008	3,8	4,3
2009	4,1	4,3
2010	5,6	4,5
2011	7,3	5,0

Nguồn: ADB Fact sheet; Vietnam Tourism Statistics, 2011.

Ngành du lịch Việt Nam cũng phát triển khá tốt, thu nhập từ ngành du lịch năm sau cao hơn năm trước. Năm 2011, thu nhập từ ngành du lịch tăng hơn gấp đôi so với năm 2007 (từ 3,5 tỷ USD lên 7,3 tỷ USD) nhưng chỉ làm tăng tỷ lệ đóng góp vào GDP từ 4,9% lên 5% (Bảng 3). Trong khi đó, với 55% dân số sống ở nông thôn, ngành nông nghiệp đóng góp 20% vào GDP. Các năm 2008, 2009 và 2010, mặc dù thu nhập từ ngành du lịch không ngừng tăng nhưng phần đóng góp vào GDP lại sút giảm. Điều này có thể giải thích là do tốc độ tăng trưởng ngành du lịch chậm hơn so với các ngành khác.

3. Xu hướng tăng trưởng nhu cầu du lịch trên thế giới và tại Việt Nam

Trong vài thập niên gần đây, nhu cầu du lịch sinh thái, du lịch xanh của cư dân các nước

phát triển đã gia tăng nhanh chóng. Họ đến các nước kém phát triển, nơi còn những vùng thiên nhiên hoang dã, nhờ vậy ngành du lịch ở các nước này có điều kiện phát triển, góp phần cải thiện đời sống dân cư tại địa phương.

Theo báo cáo của Tổ chức Du lịch Thế giới (UNWTO) năm 2012 [7], ngành du lịch tạo ra 6-7% tổng số việc làm trên toàn thế giới (trực tiếp và gián tiếp), đồng thời tạo ra hơn 10% GDP cho toàn thế giới với tốc độ tăng trưởng trung bình khoảng 4%/năm. Năm 2010, số người đi du lịch trên thế giới đạt 1 tỷ lượt người. Ngoài ra, Tổ chức Du lịch Thế giới còn dự báo đến năm 2020 lượng khách du lịch quốc tế có thể lên tới con số 1,6 tỷ lượt người. Trong các loại hình du lịch, du lịch về với thiên nhiên/gắn với tự nhiên tăng trưởng ở mức 10-30%/năm tùy theo khu vực. Khu vực châu Á -

Thái Bình Dương có mức tăng trưởng hàng năm là 10-25%. Du lịch sinh thái và tất cả các hình thức du lịch gắn với tự nhiên, hay còn gọi là du lịch xanh, chiếm khoảng 20% tổng các chuyến du lịch quốc tế. Theo nghiên cứu của Cục Du lịch Thái Lan (2010), 2/3 du khách Mỹ và Australia quan tâm đến loại hình du lịch cộng đồng và du lịch xanh, trong khi đó 90% du khách châu Âu chọn các khách sạn ý thức về môi trường và quan tâm đến du lịch bền vững. Hơn 70% du khách Mỹ, Australia và Anh sẵn sàng trả cao hơn cho các khách sạn, sản phẩm và các hoạt động xanh.

Hội đồng Du lịch và Lữ hành Thế giới (WTTC) dự báo rằng, Việt Nam sẽ đứng thứ 4 trong nhóm các điểm đến du lịch lớn nhất của thế giới vào năm 2016 và nhu cầu du lịch của người dân Việt Nam sẽ tăng trưởng vào khoảng 8,1%/ năm. Trong mối tương quan với các nước đang phát triển khác, Việt Nam chỉ đứng sau Ấn Độ và Trung Quốc về tỷ lệ tăng trưởng cầu du lịch (Bảng 4) [4]. Năm 2010, khách du lịch quốc tế đến Việt Nam đã vượt trên con số 5 triệu lượt, tăng gần 35% so với năm trước (Tổng cục Du lịch Việt Nam, 2010).

Bảng 4. Tỷ lệ tăng trưởng cầu du lịch hàng năm (giai đoạn 2008-2018)

TT	Quốc gia	Cầu du lịch (%/năm)
1	Ấn Độ	9,4
2	Trung Quốc	8,9
3	Libya	8,1
4	Việt Nam	8,1
5	Montenegro	7,4
6	Romania	7,1
7	Namibia	6,9
8	Croatia	6,9
9	Cộng hòa Séc	6,8

Nguồn: WTTC, 2008.

Kết quả khảo sát xu hướng du lịch khu vực châu Á - Thái Bình Dương năm 2010 của Hiệp hội Du lịch Châu Á - Thái Bình Dương (PATA) thực hiện với gần 7 nghìn người đến từ 13 quốc gia cho thấy, Việt Nam là một trong những địa điểm du lịch được ưa chuộng nhất đối với du khách quốc tế, đặc biệt là du khách đến từ Thái Lan, Australia, Nhật Bản và Singapore. Trong số khách quốc tế có kế hoạch đến Việt Nam du lịch trong tương lai, có tới 17% khách quốc tế đến từ Thái Lan, 16% đến từ Australia, lượng khách quốc tế đến từ Nhật Bản và Singapore cùng chiếm 11%. Số liệu này có thể giúp ngành du lịch Việt Nam nhận định rõ ràng hơn thị trường khách tiềm năng và xác định thị trường mục tiêu, từ đó đề ra các chiến lược marketing sản phẩm du lịch phù hợp với từng thị trường.

Theo Hiệp hội Du lịch Đồng bằng sông Cửu Long, lượng khách đến đồng bằng sông Cửu Long trong sáu tháng đầu năm 2011 tăng hơn

7% so với cùng kỳ năm 2010, trong đó có hơn 720 nghìn lượt du khách nước ngoài, tăng 14% và hơn 9 triệu lượt du khách nội địa, tăng khoảng 6%. Những địa điểm thu hút nhiều khách du lịch có thể kể đến như: Làng du lịch Mỹ Khánh, Khu du lịch Núi Cấm, Cù Lao Thới Sơn, Khu du lịch Xẻo Quýt, Vườn Quốc gia Tràm Chim... Tuy nhiên, dù số lượng khách du lịch tới đồng bằng sông Cửu Long đều tăng qua mỗi năm song tỷ lệ quay lại lần thứ hai, thứ ba còn khá thấp và thời gian lưu trú cũng ngắn, chỉ từ 1-2 ngày.

4. Tăng trưởng kinh tế và ngành du lịch của vùng đồng bằng sông Cửu Long

Trong suốt giai đoạn 2001-2010, vùng đồng bằng sông Cửu Long luôn đạt tốc độ tăng trưởng kinh tế cao hơn mức bình quân chung của cả nước, năm 2010 ước đạt tốc độ cao nhất nước (11%) (Bảng 5). Cơ cấu kinh tế chuyên

dịch từ nông nghiệp sang công nghiệp và dịch vụ khá nhanh; năm 2000 theo thứ tự khu vực I, II, III là 52,8 - 18 - 29,2%; đến năm 2008 là 38,7 - 27,3 - 34%. Thu nhập bình quân đầu người liên tục tăng qua các năm, năm 2010 ước đạt 900 USD/người/năm. Bộ mặt nông thôn đã

có những thay đổi đáng kể, giao thông thuận tiện hơn với hệ thống đường bộ liên tỉnh, liên huyện, liên xã được nâng cấp và xây dựng mới bên cạnh hệ thống giao thông đường thủy truyền thống của vùng.

Bảng 5. Tăng trưởng kinh tế vùng đồng bằng sông Cửu Long giai đoạn 2001-2010

Chỉ tiêu	2001-2005	2006	2007	2008	2009	2010
Tăng trưởng bình quân (%)	10,4	12,3	13,5	12,9	10,08	11,0
GDP bình quân/người (USD/người/năm)		533	600,2	672	711	900

Nguồn: Số liệu thống kê của các tỉnh đồng bằng sông Cửu Long.

Vốn là vùng thuần nông nhưng hoạt động du lịch trong vùng những năm gần đây phát triển khá nhanh, thể hiện rõ qua số khách đến (Bảng 6). Năm 2009 đạt 9,2 triệu lượt khách, trong đó có 1,2 triệu khách nước ngoài; năm 2010 ước tính có khoảng 10,5 triệu lượt khách, trong đó có 1,46 triệu khách nước ngoài. Năm 2009, doanh thu của

ngành trong toàn vùng đạt khoảng 2.000 tỷ đồng, đóng góp phần không nhỏ vào GDP của vùng. Đó là chưa tính đến những đóng góp gián tiếp của ngành du lịch vào sự phát triển kinh tế của vùng như mở thị trường xuất khẩu nông sản tại chỗ, khôi phục các ngành nghề sản xuất truyền thống, phát triển các dịch vụ phục vụ du khách...

Bảng 6. Kết quả hoạt động du lịch của vùng đồng bằng sông Cửu Long

Chỉ tiêu	2009	2010
Tổng lượt khách (triệu lượt)	9,20	16,1
Trong đó:		
- Khách quốc tế	1,20	1,3
- Khách nội địa	8,00	14,8
Doanh thu (tỷ đồng)	2.000	2.870

Nguồn: Hiệp hội Du lịch Đồng bằng sông Cửu Long.

Theo đề án phát triển vùng đồng bằng sông Cửu Long của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, năm 2015 thu nhập xã hội từ hoạt động du lịch đạt 723 triệu USD, giá trị GDP du lịch đạt 491,6 triệu USD và đến năm 2020 thu nhập xã hội từ hoạt động du lịch đạt 1,35 tỷ USD, giá trị GDP du lịch đạt 877,1 triệu USD. Để đạt được chỉ tiêu này, vùng đồng bằng sông Cửu Long cần phải có nhiều sản phẩm đa dạng để thu hút du khách.

5. Sản phẩm du lịch nông thôn ở vùng đồng bằng sông Cửu Long

Theo “Đề án phát triển du lịch đồng bằng sông Cửu Long đến năm 2020”⁽¹⁾, quan điểm

phát triển đã được xác định là: “đưa du lịch trở thành ngành kinh tế có đóng góp thực sự quan trọng vào công cuộc phát triển đất nước, góp phần tích cực vào quá trình chuyển dịch cơ cấu kinh tế, vào nỗ lực xóa đói giảm nghèo cho người dân, đảm bảo an ninh, quốc phòng và góp phần đa dạng hóa sản phẩm du lịch của cả nước, nâng cao vị thế ngành du lịch trên cơ sở khai thác có hiệu quả và bền vững những lợi thế về vị trí, tài nguyên của vùng”. Đề án cũng nêu rõ “sản phẩm du lịch đặc thù của vùng đồng bằng sông Cửu Long là du lịch tham quan sông nước, miệt vườn kết hợp nghỉ tại nhà dân, du lịch văn hóa tìm hiểu văn hóa các dân tộc trong vùng, du lịch sinh thái, tham quan nghiên cứu các hệ sinh thái đa dạng của vùng...”.

⁽¹⁾ Quyết định 803/QĐ-BVHTTDL do Bộ trưởng Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch ký ngày 9/3/2010.

Du lịch nông thôn phát triển góp phần đa dạng hóa ngành nghề ở nông thôn, tạo việc làm, tăng thu nhập cho người dân, tăng thu ngân sách, tạo điều kiện nâng cao mức sống cho người dân nông thôn, gìn giữ truyền thống văn hóa của địa phương. Hiện nay, các sản phẩm du lịch ở vùng đồng bằng sông Cửu Long chưa có sự khác biệt. Đó là vì điều kiện tự nhiên, môi trường sinh thái, cảnh quan giữa các địa phương trong vùng ít có sự khác biệt nên dễ tạo ra sự khác biệt là rất khó. Mặt khác, do mỗi điểm đến có quy mô nhỏ nên việc đón các đoàn đông khách cũng rất khó. Để kéo dài thời gian lưu trú của du khách và giúp người dân trong vùng tăng thu nhập thì ngoài việc phát triển các khu du lịch, vùng đồng bằng sông Cửu Long có thể phát triển các sản phẩm du lịch nông thôn như:

- Tổ chức cho du khách lưu trú ở các nhà nghỉ theo mô hình nhà ở của nông dân với các cây trồng, vật nuôi, nông cụ và vật dụng cổ truyền... Khách đến ở sẽ được thấy và được sống như những người nông dân Tây Nam Bộ với thiên nhiên trong lành, không khí gia đình thân thiện và thưởng thức các món ăn dân dã... Mô hình này đã hình thành ở vùng cây ăn trái nổi tiếng Cái Mơn (huyện Chợ Lách, tỉnh Bến Tre), Cái Bè (Tiền Giang), Vĩnh Long... nhưng chưa rộng khắp và chưa được tổ chức thành hệ thống, mỗi nhà vườn chỉ có khả năng đón khách từ 20-30 du khách.

- Các cơ sở nghề truyền thống trong vùng: Một số hộ nông dân sản xuất các mặt hàng lưu niệm như các vật dụng đánh bắt cá, đồ chơi truyền thống của trẻ em, món ăn truyền thống của vùng như các loại mắm khô, nuôi ong lấy mật, nấu rượu, các loại bánh, kẹo truyền thống Nam Bộ... để du khách tham quan tìm hiểu, làm thử và mua các sản phẩm này.

- Với cảnh quan sông nước miệt vườn, di tích văn hóa, các làng nghề có thể phát triển thành những điểm đến hấp dẫn mà không cần quá nhiều vốn đầu tư xây dựng cơ sở vật chất và đào tạo nhân lực. Đó là, song song với việc phát triển các loại hình du lịch xanh trên cơ sở khai thác cảnh quan sông nước miệt vườn là

loại hình du lịch cộng đồng trên cơ sở phát triển các làng nghề.

Về các khu nghỉ dưỡng sẽ xây dựng ở các cồn dọc sông Tiền và các nhà nghỉ nông thôn thì không nhất thiết phải có sự khác biệt, chỉ cần bảo đảm tiêu chí xanh và đúng kiểu nhà ở đồng bằng vì chúng sẽ được kết nối vào hệ thống khu nghỉ dưỡng, nhà nghỉ của toàn vùng. Trong những năm tới, nhu cầu du lịch xanh tăng cao, nhu cầu về các nhà nghỉ loại này sẽ không đủ đáp ứng vào mùa cao điểm. Loại hình nhà nghỉ nông thôn không cần vốn đầu tư lớn vì đó cũng là nhà ở của nông dân, chỉ cần sửa chữa hoặc xây dựng thêm phòng cho khách lưu trú. Người quản lý và phục vụ cũng chính là chủ nhà và những người trong nhà. Họ sẽ được trang bị một số kiến thức và nghiệp vụ chuyên môn về cung cấp dịch vụ du lịch. Những kiến thức và nghiệp vụ này dễ học, không đòi hỏi phải có trình độ học vấn cao và thời gian dài nên phù hợp với đặc điểm của lực lượng lao động tại địa phương. Các dịch vụ cung cấp chính là cho du khách thâm nhập vào đời sống thực của cư dân địa phương, để họ được sống như một người dân nông thôn thực sự, làm các công việc đồng áng, chăm sóc vườn cây, thu hoạch sản phẩm, giao tiếp với bà con làng xóm, tham gia các lễ hội... trong môi trường thiên nhiên trong lành. Tuy nhiên, một nhà nông dân riêng lẻ khó đón được khách nên cần được tổ chức thành làng du lịch với các tổ hợp tác có ban quản lý chung để có thể tổ chức đón những đoàn khách đông người, quảng bá sản phẩm và xây dựng hoặc cải thiện hệ thống giao thông.

Đối với các làng nghề, nếu mục đích phát triển làng nghề chỉ là tạo ra việc làm phi nông nghiệp bằng cách sản xuất và bán các sản phẩm tiêu thụ công nghiệp có thể sẽ gặp khó khăn về thị trường do nhu cầu tiêu dùng một số loại trong những sản phẩm này có thể không tăng, thậm chí còn có xu hướng giảm khi xã hội phát triển, thu nhập của người dân tăng cao như bột, chiếu.... Một trong những cách hiệu quả để duy trì các nghề truyền thống trong xã hội hiện đại là song song với việc bán sản phẩm, cần tổ chức cho du khách tham quan quy trình sản xuất và

tham gia làm thử... với điều kiện có thu phí, từ đó các làng nghề sẽ giảm được áp lực về chi phí, năng suất và thị trường tiêu thụ sản phẩm.

Như vậy, đối với đồng bằng sông Cửu Long, vùng sản xuất nông nghiệp lớn nhất nước ta, việc phát triển du lịch dựa trên cơ sở phát triển ngành nông nghiệp và làng nghề truyền thống không chỉ cho phép cư dân địa phương tăng thu nhập mà còn được sống trong môi trường thiên nhiên trong lành, các quan hệ xã hội không có nhiều thay đổi đòi hỏi con người phải thay đổi để thích nghi... Ưu tiên phát triển ngành du lịch, chú trọng du lịch nông thôn là chính là con đường đưa cơ cấu kinh tế vùng đồng bằng sông Cửu Long chuyển dần sang cơ cấu dịch vụ - nông - công nghiệp, đẩy nhanh tốc độ phát triển của vùng.

6. Kết luận

Trong xã hội hiện đại ngày nay, quan niệm tiêu dùng của người dân đã có nhiều thay đổi. Nhu cầu về tinh thần, trong đó có nhu cầu về du lịch nghỉ dưỡng và khám phá, tăng nhanh. Đó chính là cơ hội cho những vùng kinh tế kém phát triển có thể chuyển dịch cơ cấu kinh tế từ nông nghiệp sang dịch vụ mà không qua thời kỳ phát triển công nghiệp. Vùng đồng bằng sông Cửu Long với những nguồn tài nguyên hiện có hoàn toàn có thể đi theo con đường ưu tiên phát triển ngành dịch vụ trên cơ sở phát triển du lịch xanh, du lịch nông thôn. Thay vì chỉ bán các sản phẩm nông nghiệp và tiểu thủ công nghiệp, vùng có thể đồng thời kinh doanh dịch vụ tham quan

quy trình sản xuất các loại sản phẩm này, như vậy sẽ không cần phải đầu tư nguồn vốn lớn và có thể triển khai được ngay trong những năm tới. Khi du lịch phát triển sẽ kéo theo các ngành dịch vụ khác như vận chuyển, viễn thông... phát triển. Ngoài lợi ích trực tiếp là làm thay đổi bộ mặt nông thôn, cải thiện đời sống cho người nông dân, nó còn mang lại những lợi ích khác như giảm di dân về thành thị, giảm cách biệt giàu nghèo giữa thành thị và nông thôn.

Tài liệu tham khảo

- [1] Ban Chỉ đạo Tây Nam Bộ (2009), Báo cáo Hội nghị tổng kết hoạt động năm 2009, tháng 12/2009.
- [2] Bộ Kế hoạch và Đầu tư (2011), Báo cáo Tổng hợp đầu tư vùng đồng bằng sông Cửu Long giai đoạn 2006-2010 và phương hướng 2011-2015, tháng 9/2011.
- [3] Department of Tourism Management of the Alexander Technological Educational Institute of Thessaloniki, Greece and the Technical University of Crete, "Global tourism trend", Greece, 2009.
- [4] Asian Development Bank, Viet Nam, Economic Data, http://www2.adb.org/Documents/Books/Key_Indicators/2011/pdf/VIE.pdf, truy cập ngày 25/7/2012.
- [5] World Bank Indicators, 2012, <http://data.worldbank.org/indicator/NV.AGR.TOTL.ZS>
- [6] World Economic Impact Report 2011, <http://www.wttc.org/research/economic-impact-research/>
- [7] World Tourism Organization, Tourism highlights, 2012, <http://mkt.unwto.org/en/publication/unwto-tourism-highlights-2012-edition/>

Promoting Rural Tourism in Mekong Delta: Potential Incentive Leading to Service-Agriculture-Industry-Oriented Economic Structure

Assoc. Prof. Dr. Đoàn Thị Mỹ Hạnh, MA. Bùi Thị Quỳnh Ngọc

*Business and Administration Faculty, Ho Chi Minh Open University,
97 Võ Văn Tần, District 3, Ho Chi Minh City, Viet Nam*

Abstract. In the twenty first century, human-beings are fascinated in not only the variety of services but also the attributions to the quality of life. This tendency is primarily a premise for the bloom of green tourism. In developing countries, green tourism has created opportunities to transform from an agriculture-based economy to a service-oriented one. Whether this economic transition could be applicable to the Mekong Delta, it is still questionable. This paper provides a brief overview of global tendencies in economic structure transition, trends in tourism demand around the world and Vietnam in particular. Based on the economic growth and tourism data analysis, the paper proposes a recommendation that instead of purely agricultural product trades, the Mekong Delta should offer agricultural production processing related services that could help the local economy to transform to service-agriculture-industry-oriented structure.