

LIÊN KẾT GIỮA DOANH NGHIỆP VÀ HỘ DÂN TRONG PHÁT TRIỂN LÀNG DU LỊCH TRẢI NGHIỆM

● PHẠM QUANG KHÁNH

Khoa Du lịch và Khách sạn

Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp

TÓM TẮT:

Phát triển làng du lịch trải nghiệm đang trở thành xu hướng quan trọng trong chiến lược phát triển du lịch bền vững tại Việt Nam. Tuy nhiên, để làng du lịch trải nghiệm vận hành hiệu quả và duy trì sức hấp dẫn lâu dài, mối liên kết giữa doanh nghiệp và hộ dân giữ vai trò đặc biệt quan trọng. Doanh nghiệp mang đến nguồn lực về vốn, quản trị, truyền thông và kết nối thị trường, trong khi hộ dân là chủ thể trực tiếp cung cấp trải nghiệm bản địa và gìn giữ giá trị văn hóa truyền thống. Bài viết phân tích thực trạng liên kết giữa doanh nghiệp và hộ dân trong phát triển làng du lịch trải nghiệm tại Việt Nam, chỉ ra những hạn chế chủ yếu và đề xuất giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả hợp tác, góp phần thúc đẩy phát triển du lịch nông thôn theo hướng bền vững.

Từ khóa: làng du lịch trải nghiệm, doanh nghiệp du lịch, hộ dân, liên kết phát triển, du lịch bền vững.

1. Đặt vấn đề

Du lịch trải nghiệm tại các làng quê, làng nghề và khu vực nông thôn đang trở thành một trong những hướng phát triển nổi bật của ngành du lịch Việt Nam. Sự thay đổi trong nhu cầu của du khách từ tham quan đơn thuần sang trải nghiệm thực tế đời sống bản địa đã mở ra cơ hội lớn cho các làng du lịch cộng đồng. Những hoạt động như làm gốm, trồng rau, chế biến nông sản, ở homestay hay tham gia lễ hội truyền thống đã tạo nên sức hút riêng biệt mà các khu du lịch hiện đại khó có thể thay thế. Trong nước đã có hàng trăm điểm du lịch cộng đồng và làng du lịch trải nghiệm đang hoạt động, tập trung tại nhiều địa phương như Hà Nội, Quảng Nam, Hòa Bình, Lào Cai, Ninh Bình và Đồng Tháp. Các mô hình này góp phần tạo việc làm, nâng cao thu nhập cho người dân và thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu kinh tế nông thôn.

Tuy nhiên, sự phát triển của làng du lịch trải nghiệm không thể chỉ dựa vào nỗ lực riêng lẻ của từng hộ dân. Để sản phẩm du lịch có tính chuyên nghiệp, tiếp cận được thị trường rộng lớn và duy trì sức cạnh tranh, cần có sự tham gia của doanh nghiệp với vai trò tổ chức, kết nối và đầu tư. Mối quan hệ hợp tác giữa doanh nghiệp và hộ dân vì vậy trở thành nền tảng quyết định sự thành công của mô hình này.

2. Thực trạng liên kết giữa doanh nghiệp và hộ dân trong phát triển làng du lịch trải nghiệm

2.1. Vai trò của doanh nghiệp và hộ dân trong làng du lịch trải nghiệm

Trong mô hình làng du lịch trải nghiệm, doanh nghiệp và hộ dân là 2 chủ thể có mối quan hệ gắn bó chặt chẽ, bổ sung cho nhau để hình thành sản phẩm du lịch hoàn chỉnh. Nếu doanh nghiệp giữ vai trò tổ chức thị trường, xây dựng thương hiệu và kết nối khách hàng thì hộ dân chính là người trực tiếp tạo ra

giá trị trải nghiệm thông qua đời sống sinh hoạt, nghề truyền thống và bản sắc văn hóa địa phương.

Doanh nghiệp du lịch thường đảm nhận các hoạt động như khảo sát thị trường, thiết kế tour, quảng bá điểm đến, kết nối với các hãng lữ hành và tổ chức dịch vụ phục vụ khách. Nhiều doanh nghiệp còn đầu tư vào cơ sở vật chất như khu lưu trú, hệ thống giao thông nội bộ, khu trải nghiệm sản xuất nông nghiệp hoặc khu trình diễn làng nghề. Tại làng rau Trà Quế ở Quảng Nam, doanh nghiệp lữ hành đã phối hợp với người dân xây dựng tour trải nghiệm làm nông, hướng dẫn khách quốc tế tham gia cuộc đất, trồng rau, tưới nước và chế biến món ăn địa phương. Nhờ đó, lượng khách đến làng tăng đều qua các năm, tạo nguồn thu ổn định cho nhiều hộ dân.

Trong khi đó, hộ dân là lực lượng trực tiếp cung cấp dịch vụ lưu trú, ẩm thực, hướng dẫn trải nghiệm và giới thiệu văn hóa bản địa. Tính chân thực của trải nghiệm phụ thuộc rất lớn vào sự tham gia chủ động của người dân. Điều này đã được chứng minh khi nhiều mô hình du lịch cộng đồng hiệu quả tại Mai Châu, Sa Pa, Hội An hay Bến Tre đều cho thấy, khi người dân trở thành chủ thể thay vì chỉ là người phục vụ, hiệu quả kinh tế và tính bền vững của du lịch được nâng lên rõ rệt. Tuy nhiên, để người dân phát huy tốt vai trò này, cần có sự hỗ trợ từ doanh nghiệp về kỹ năng phục vụ, quản lý chất lượng và tiếp cận thị trường.

Sự phối hợp giữa doanh nghiệp và hộ dân vì vậy không chỉ mang ý nghĩa hợp tác kinh tế mà còn là nền tảng giúp bảo tồn giá trị văn hóa truyền thống, tạo sinh kế lâu dài và nâng cao chất lượng phát triển du lịch nông thôn.

2.2. Thực trạng liên kết giữa doanh nghiệp và hộ dân tại Việt Nam

Liên kết giữa doanh nghiệp và hộ dân trong phát triển làng du lịch trải nghiệm tại Việt Nam đã hình thành khá rõ trong những năm gần đây, đặc biệt khi du lịch nông thôn và du lịch cộng đồng được xác định là một trong những hướng đi quan trọng của ngành du lịch bền vững.

Tại Hà Nội, làng gốm Bát Tràng là một ví dụ điển hình cho mô hình liên kết này. Các doanh nghiệp lữ hành đã phối hợp với các hộ sản xuất gốm để xây dựng tour trải nghiệm làm gốm thủ công dành cho khách du lịch trong nước và quốc tế. Du khách không

chỉ tham quan các lò gốm mà còn trực tiếp tham gia nặn gốm, vẽ sản phẩm và tìm hiểu quy trình sản xuất truyền thống. Việc doanh nghiệp đảm nhận khâu quảng bá, bán tour và kết nối với thị trường giúp các hộ dân tập trung vào hoạt động sản xuất và cung cấp trải nghiệm thực tế. Nhiều hộ gia đình tại đây đã tăng đáng kể thu nhập nhờ kết hợp sản xuất thủ công với dịch vụ du lịch.

Tại Quảng Nam, làng rau Trà Quế cũng cho thấy hiệu quả rõ rệt của sự phối hợp giữa doanh nghiệp và người dân. Các công ty du lịch đã xây dựng tour trải nghiệm nông nghiệp kết hợp lưu trú và ẩm thực địa phương. Du khách được hướng dẫn trồng rau, tưới nước bằng quang gánh truyền thống, thu hoạch rau và tham gia chế biến món ăn dân dã. Người dân địa phương không chỉ bán nông sản mà còn trực tiếp trở thành người hướng dẫn trải nghiệm. Điều này giúp tăng giá trị sản phẩm nông nghiệp và tạo thêm nguồn thu ổn định ngoài sản xuất truyền thống.

Tại Bản Lác, Mai Châu, tỉnh Hòa Bình, mô hình liên kết giữa doanh nghiệp lữ hành và hộ dân phát triển khá sớm. Người dân tham gia cung cấp dịch vụ homestay, biểu diễn văn nghệ dân tộc Thái, bán sản phẩm thổ cẩm và tổ chức các hoạt động trải nghiệm văn hóa bản địa. Các công ty du lịch đóng vai trò xây dựng tuyến điểm, đưa khách đoàn và kết nối với thị trường khách quốc tế. Điều này cho thấy, khi có sự phối hợp hợp lý, du lịch trải nghiệm có thể trở thành động lực phát triển kinh tế địa phương rất rõ rệt.

Tuy nhiên, thực tế triển khai tại nhiều địa phương vẫn cho thấy mối liên kết này chưa thực sự bền vững và còn tồn tại nhiều hạn chế. Một trong những vấn đề phổ biến là sự phân chia lợi ích chưa công bằng giữa doanh nghiệp và hộ dân. Không ít doanh nghiệp tập trung vào khai thác lợi nhuận ngắn hạn, giữ phần lớn doanh thu từ tour du lịch trong khi người dân chỉ nhận được khoản thu nhỏ từ việc cung cấp dịch vụ đơn lẻ như nấu ăn, cho thuê phòng nghỉ hoặc bán hàng lưu niệm. Điều này khiến nhiều hộ dân cảm thấy mình chỉ là người phục vụ chứ chưa thực sự là chủ thể của hoạt động du lịch.

Bên cạnh đó, năng lực tham gia du lịch của nhiều hộ dân còn hạn chế. Phần lớn người dân tại các làng du lịch trải nghiệm xuất phát từ sản xuất nông nghiệp hoặc nghề thủ công truyền thống nên chưa có kỹ năng

chuyên nghiệp về phục vụ khách, quản lý tài chính, marketing hay xử lý tình huống phát sinh. Một số nơi người dân tham gia du lịch theo phong trào, thiếu định hướng dài hạn nên chất lượng dịch vụ không ổn định, ảnh hưởng đến hình ảnh điểm đến. Có trường hợp khách du lịch phản ánh về tình trạng tăng giá tùy tiện, vệ sinh chưa đảm bảo hoặc thiếu tính chuyên nghiệp trong phục vụ, làm giảm sức cạnh tranh của cả làng du lịch.

Một hạn chế khác là cơ chế hợp tác giữa doanh nghiệp và hộ dân ở nhiều nơi còn mang tính tự phát, thiếu hợp đồng rõ ràng và thiếu sự giám sát từ chính quyền địa phương. Nhiều hoạt động chỉ dựa trên thỏa thuận miệng nên khi phát sinh tranh chấp về doanh thu, trách nhiệm phục vụ hay quyền khai thác tài nguyên du lịch thì rất khó xử lý. Việc thiếu một mô hình quản trị chung khiến hoạt động liên kết dễ bị gián đoạn khi thị trường biến động hoặc khi có sự thay đổi từ một trong hai bên.

Ngoài ra, nhiều địa phương có tiềm năng lớn nhưng chưa thu hút được doanh nghiệp đầu tư do hạ tầng còn yếu, giao thông khó khăn, thiếu quy hoạch đồng bộ và khả năng kết nối thị trường hạn chế. Một số làng nghề truyền thống có giá trị văn hóa cao nhưng chưa được xây dựng thành sản phẩm du lịch hấp dẫn vì thiếu sự tham gia của doanh nghiệp chuyên nghiệp. Người dân dù mong muốn phát triển du lịch nhưng thiếu vốn đầu tư ban đầu và thiếu kiến thức quản lý nên khó tự mở rộng quy mô.

Nhìn chung, liên kết giữa doanh nghiệp và hộ dân trong phát triển làng du lịch trải nghiệm tại Việt Nam đã có những kết quả tích cực và tạo ra nhiều mô hình thành công đáng ghi nhận. Tuy nhiên, mức độ phát triển vẫn chưa đồng đều giữa các vùng và chưa khai thác hết tiềm năng sẵn có. Để mô hình này thực sự trở thành động lực phát triển kinh tế nông thôn bền vững, cần xây dựng cơ chế hợp tác minh bạch hơn, nâng cao năng lực cho người dân và tăng vai trò điều phối của chính quyền địa phương trong quá trình kết nối giữa doanh nghiệp với cộng đồng dân cư.

3. Giải pháp nâng cao hiệu quả liên kết giữa doanh nghiệp và hộ dân trong phát triển làng du lịch trải nghiệm

Đầu tiên cần thiết lập các thỏa thuận hợp tác có tính pháp lý về phân chia doanh thu, trách nhiệm cung cấp dịch vụ, bảo vệ tài nguyên du lịch và xử lý

rủi ro phát sinh. Chính quyền địa phương cần đóng vai trò trung gian giám sát để bảo đảm tính công bằng và hạn chế tình trạng doanh nghiệp khai thác lợi ích ngắn hạn.

Bên cạnh đó, nâng cao năng lực cho hộ dân là yếu tố quyết định sự bền vững của mô hình du lịch trải nghiệm. Người dân cần được đào tạo thường xuyên về kỹ năng giao tiếp với khách du lịch, nghiệp vụ lưu trú, chế biến ẩm thực, vệ sinh môi trường, quản lý tài chính hộ gia đình và ứng dụng công nghệ số trong quảng bá dịch vụ. Khi người dân có đủ năng lực tham gia sâu vào chuỗi giá trị du lịch, họ sẽ chủ động hơn trong phát triển sinh kế thay vì chỉ phụ thuộc vào doanh nghiệp. Việc xây dựng các tổ hợp tác, hợp tác xã du lịch cộng đồng cũng là giải pháp cần thiết nhằm tăng sức mạnh liên kết giữa các hộ dân.

Doanh nghiệp tham gia phát triển làng du lịch trải nghiệm cũng cần thay đổi tư duy từ khai thác ngắn hạn sang đầu tư dài hạn. Thay vì chỉ tập trung bán tour và thu lợi nhuận nhanh, doanh nghiệp cần đồng hành với cộng đồng địa phương trong bảo tồn văn hóa truyền thống, cải thiện chất lượng dịch vụ và xây dựng thương hiệu điểm đến. Việc hỗ trợ người dân cải tạo homestay, nâng cao chất lượng sản phẩm làng nghề, xây dựng câu chuyện trải nghiệm hấp dẫn sẽ giúp cả doanh nghiệp và cộng đồng cùng phát triển bền vững hơn.

Đầu tư hạ tầng du lịch nông thôn cũng là giải pháp quan trọng. Nhiều làng du lịch trải nghiệm hiện nay gặp khó khăn do giao thông chưa thuận lợi, hệ thống vệ sinh môi trường chưa đảm bảo và thiếu các tiện ích phục vụ khách. Nhà nước cần ưu tiên nguồn lực cho phát triển hạ tầng giao thông kết nối, hệ thống điện nước, biển chỉ dẫn, khu vệ sinh công cộng và nền tảng số phục vụ quảng bá du lịch địa phương. Hạ tầng tốt sẽ tạo điều kiện để doanh nghiệp mạnh dạn đầu tư và giúp người dân nâng cao chất lượng phục vụ.

Cuối cùng, cần đẩy mạnh xúc tiến quảng bá và xây dựng thương hiệu riêng cho từng làng du lịch trải nghiệm. Mỗi địa phương cần xác định rõ sản phẩm đặc trưng gắn với bản sắc văn hóa riêng thay vì phát triển dàn trải. Khi thương hiệu điểm đến được định vị rõ ràng, sự liên kết giữa doanh nghiệp và hộ dân sẽ có nền tảng vững chắc hơn, góp phần thúc đẩy phát triển du lịch nông thôn theo hướng bền vững và lâu dài ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (2022), Quyết định số 922/QĐ-BVHTTDL về Chương trình phát triển du lịch nông thôn trong xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2021-2025.

Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam (2025). Làng rau Trà Quế - Làng du lịch tốt nhất Việt Nam. Truy cập tại: <https://vietnamtourism.gov.vn/post/60987>.

Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam (2024). Du lịch cộng đồng Mai Châu - Những điểm đến hấp dẫn cho du khách. Truy cập tại: <https://vietnamtourism.gov.vn/post/60363>.

Du lịch gốm Bát Tràng (2025). Kết hợp du lịch và trải nghiệm tại làng gốm Bát Tràng. Truy cập tại: <https://khonggiangom.com/blogs/news/ket-hop-du-lich-va-trai-nghiem-tai-lang-gom-bat-trang?srsId=AfmBOorRP4LC8Nu9DTChkP4M1QdEu0WPp8wFhw2sJUQS-Qahd7gKSL26>.

Ngày nhận bài: 1/3/2026

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 15/3/2026

Ngày chấp nhận đăng bài: 30/3/2026

STRENGTHENING BUSINESS - HOUSEHOLD LINKAGES IN THE DEVELOPMENT OF EXPERIENTIAL TOURISM VILLAGES

● PHAM QUANG KHANH

Faculty of Tourism and Hospitality,
University of Economics - Technology for Industries

ABSTRACT:

The development of experiential tourism villages has emerged as a central component of Vietnam's sustainable tourism strategy. Ensuring the effective operation and long-term attractiveness of these destinations, however, depends significantly on the strength of linkages between businesses and local households. Businesses contribute essential resources, including investment capital, managerial expertise, marketing capabilities, and market connectivity, while households serve as the primary providers of authentic cultural experiences and custodians of traditional values. This study examines the current state of business-household linkages in the development of experiential tourism villages in Vietnam, identifies the major constraints affecting collaborative effectiveness, and analyzes key factors influencing partnership sustainability. The findings contribute to a deeper understanding of stakeholder cooperation in rural tourism development and highlight the importance of strengthening collaborative mechanisms to promote the sustainable growth of experiential tourism in Vietnam.

Keywords: experiential tourism villages, tourism businesses, households, development linkages, sustainable tourism.