

NÂNG CAO TRÁCH NHIỆM CỦA NGƯỜI NÔNG DÂN LÀM DU LỊCH Ở TỈNH TIỀN GIANG THÔNG QUA HOẠT ĐỘNG GIAO LƯU VÀ TIẾP XÚC VĂN HÓA

Ngô Thị Thanh

Khoa Sư phạm và Khoa học cơ bản, Trường Đại học Tiền Giang, Việt Nam

Email: ngothithanhnam2020@gmail.com

Lịch sử bài báo

Ngày nhận: 15/02/2022; Ngày nhận chỉnh sửa: 21/3/2022; Ngày duyệt đăng: 17/5/2022

Tóm tắt

Hiện nay, du lịch có trách nhiệm trở thành nguyên tắc, phương châm hành động của toàn ngành. Quan điểm này không chỉ phổ biến đối với các cá nhân, tổ chức hoạt động trong lĩnh vực du lịch mà còn được phổ biến đến khách du lịch, cộng đồng địa phương. Trong phạm vi bài viết này, áp dụng các phương pháp quan sát, phương pháp điều tra điền dã, phỏng vấn sâu cùng một số phương pháp nghiên cứu lý thuyết, chúng tôi đã đánh giá nhanh sự tham gia của người nông dân làm du lịch ở địa phương, chỉ ra được một số ưu điểm và hạn chế trong quá trình đón tiếp du khách dựa trên cách tiếp cận giao lưu và tiếp biến văn hóa trong hoạt động du lịch, trên cơ sở đó, đề xuất một số giải pháp nâng cao trách nhiệm của người nông dân làm du lịch thông qua việc quán triệt một số quan điểm hỗ trợ người nông dân tự điều chỉnh, phát triển hoạt động kinh doanh du lịch một cách bền vững.

Từ khóa: *Du lịch có trách nhiệm, giao lưu và tiếp xúc văn hóa, nông dân làm du lịch.*

ENHANCING THE RESPONSIBILITY OF FARMERS DOING TOURISM IN TIEN GIANG PROVINCE THROUGH CULTURAL EXCHANGE AND EXPOSURE

Ngo Thi Thanh

Faculty of Pedagogy and Basic Science, Tien Giang University, Vietnam

Email: ngothithanhnam2020@gmail.com

Article history

Received: 15/02/2022; Received in revised form: 21/3/2022; Accepted: 17/5/2022

Abstract

Tourism has currently become a principle and guideline of the whole sector. This view is not only disseminated to individuals and organizations working in the field of tourism but also tourists and local communities. With a combination of surveys, fieldworks, in-depth interviews, and a number of theoretical research methods, this paper seeks to assess the participation of farmers in doing local tourism. It also points out the advantages and disadvantages in practising the approach of cultural exchanges and acculturation in tourism activities. Thenceforth, it proposes some solutions to improve the responsibility of farmers doing tourism through thoroughly grasping some viewpoints of supporting farmers to self-adjust and develop sustainable tourism activities.

Keywords: *Responsible tourism, cultural exchange and exposure, farmers doing tourism.*

DOI: <https://doi.org/10.52714/dthu.12.1.2023.1021>

Trích dẫn: Ngô, T. T. (2023). Nâng cao trách nhiệm của người nông dân làm du lịch ở tỉnh Tiền Giang thông qua hoạt động giao lưu và tiếp xúc văn hóa. *Tạp chí Khoa học Đại học Đồng Tháp*, 12(1), 81-90. <https://doi.org/10.52714/dthu.12.1.2023.1021>.

1. Đặt vấn đề

Giao lưu tiếp xúc văn hóa là vấn đề cốt lõi trong hoạt động kinh doanh du lịch được nhìn nhận dưới góc độ động. Quá trình này diễn ra với sự tương tác giữa người làm du lịch và du khách. Hiệu quả của nó sẽ mang lại hai giá trị: giá trị đối với nền văn hóa và giá trị trong kinh doanh. Thời gian qua, hoạt động kinh doanh du lịch ở tỉnh Tiền Giang chủ yếu là do hộ nông dân tham gia thực hiện. Mặc dù người nông dân có những đóng góp nhất định nhưng việc kinh doanh du lịch còn mang tính tự phát, chưa bài bản. Đây cũng là một trong những yếu tố ảnh hưởng đến tính hiệu quả của quá trình giao lưu và tiếp xúc văn hóa trong hoạt động du lịch. Để khắc phục hiện tượng này, chúng tôi cho rằng một trong những công việc quan trọng, góp phần giải quyết được vấn đề đó chính là việc tuyên truyền, hướng dẫn người nông dân tỉnh Tiền Giang làm du lịch đúng định hướng.

2. Tổng quan nghiên cứu

Hiện nay, du lịch cộng đồng, du lịch nông thôn là một trong những thế mạnh của ngành du lịch Việt Nam. Việc tìm hiểu các di sản văn hóa, khám phá đời sống ở địa phương, thưởng ngoạn cảnh quan thiên nhiên vùng nông thôn... trở thành sức hấp dẫn đối với du khách trong và ngoài nước, nhất là thị trường khách du lịch quốc tế. Nhận thức được thế mạnh của mình, ngành du lịch nước ta đã quy hoạch, phát triển du lịch nông thôn, du lịch cộng đồng ở nhiều địa phương. Để thực hiện quy hoạch, phát triển ngành du lịch đúng hướng, ở nhiều khu vực tỉnh thành, các tổ chức Nhà nước và cá nhân nhà khoa học đã tham gia nghiên cứu chuyên sâu về lĩnh vực này. Tuy nhiên, mặc dù có rất nhiều công trình nghiên cứu về du lịch cộng đồng, du lịch nông thôn, đặc biệt là *Bộ Công cụ du lịch có trách nhiệm tại Việt Nam - Chương trình phát triển năng lực du lịch có trách nhiệm với môi trường và xã hội do Liên minh châu Âu tài trợ...* nhưng vấn đề nghiên cứu về trách nhiệm của người nông dân làm du lịch còn khá khiêm tốn. Trong phạm vi nghiên cứu ở tỉnh Tiền Giang, chúng ta có thể kể đến một số công trình như *Nghiên cứu hệ sinh thái miệt vườn ở Cù lao Thới Sơn, tỉnh Tiền Giang để phát triển du lịch sinh thái bền vững (2011)* của tác giả Võ Thị Ánh Vân. Đây là công trình nhằm tìm ra hệ sinh thái phù hợp để phát triển loại hình du lịch miệt vườn ở tỉnh Tiền Giang. Qua quá trình nghiên cứu,

tác giả đã đề cập đến ý thức canh tác, đón tiếp khách ở các điểm du lịch nhà vườn... thuộc Khu du lịch Cù lao Thới Sơn; *Nhìn lại vấn đề khai thác các nghề thủ công truyền thống trên cù lao Thới Sơn (2011)* của tác giả Ngô Thị Thanh. Công trình là một phát hiện về phương thức kinh doanh các sản phẩm du lịch làng nghề của các hộ nông dân ở khu du lịch mang tầm quốc gia này. Qua nghiên cứu, tác giả đã phân tích yếu tố tác động đến cách kinh doanh ở các hộ nông dân. Người nông dân làm du lịch còn mang tính tự phát, thời vụ, chưa nhận thấy được trách nhiệm, vai trò của mình trong việc giới thiệu các sản phẩm nghề ở địa phương; Nguyễn Văn Chất và Dương Đức Minh trong công trình *Phát triển du lịch cộng đồng dựa vào loại hình du lịch Homestay tại Đồng bằng sông Cửu Long (2013)* đã nêu lên thực trạng về cách làm du lịch của người nông dân ở khu vực, trong đó có người nông dân làm du lịch ở tỉnh Tiền Giang... qua phân tích, nhóm tác giả cũng gián tiếp cho rằng người nông dân chưa thấy được vai trò trách nhiệm của mình trong phát triển sản phẩm du lịch ở địa phương, nguyên nhân là do một số hộ nông dân làm du lịch tự phát, dẫn đến thiếu bài bản... Mặc dù có những đóng góp nhất định nhưng các công trình nghiên cứu trên chưa tiếp cận chuyên sâu về trách nhiệm của người nông dân làm du lịch tại tỉnh Tiền Giang. Chính vì vậy, vấn đề nghiên cứu này là một lĩnh vực có nhiều điều còn bỏ ngõ, cần phải được nghiên cứu để hoàn thiện trong tương lai.

3. Nội dung

3.1. Phương pháp nghiên cứu và cách tiếp cận nhằm đánh giá trách nhiệm của người nông dân tỉnh Tiền Giang trong quá trình giao lưu tiếp xúc văn hóa thông qua hoạt động du lịch

Xét ở mục đích cao nhất, hoạt động du lịch là hoạt động giao lưu và tiếp xúc văn hóa nhằm thỏa mãn nhu cầu về mặt thể chất và tinh thần của du khách. Chính vì vậy, quá trình giao lưu và tiếp xúc văn hóa có vai trò quan trọng trong việc quyết định hiệu quả của hoạt động kinh doanh du lịch. Không giống như các công trình nghiên cứu khác, chúng tôi không nghiên cứu từ các vấn đề kỹ năng, cách thức phục vụ du khách để đảm bảo chất lượng dịch vụ mà từ cách tiếp cận giao lưu và tiếp xúc văn hóa để nhìn nhận những ưu điểm, hạn chế, ảnh hưởng đến người nông dân trong quá trình giao lưu và tiếp xúc văn hóa thông qua việc đón tiếp du

khách... Bởi vì, qua góc nhìn này, chúng ta có thể biết được người nông dân đã chuẩn bị tâm thế như thế nào trong giao lưu và tiếp xúc văn hóa, nếu họ nắm vững các nguyên tắc trong giao lưu và tiếp xúc văn hóa thì họ sẽ giữ được nét đặc sắc của mình làm tiền đề cho hoạt động du lịch phát triển bền vững, đồng thời dung hòa với các nét văn hóa đặc thù của du khách - đây cũng là một trong những nhân tố góp phần tạo nên sự hài lòng cho du khách.

Theo *Báo cáo tổng hợp Quy hoạch phát triển du lịch tỉnh Tiền Giang đến năm 2020 và tầm nhìn đến năm 2030*, cơ cấu khách du lịch đến tỉnh Tiền Giang như sau: “Khách quốc tế đến Tiền Giang rất cao so với các tỉnh Đồng bằng Sông Cửu Long... Đa số khách quốc tế đến Tiền Giang lần đầu tiên (khoảng 80% tổng số khách quốc tế), lượng du khách quốc tế đến lần 2 (khoảng 20%), chủ yếu là nhóm khách châu Á (Nhật, Trung Quốc, Hàn Quốc, Đài Loan) và một số ít thuộc nhóm châu Âu làm việc tại thành phố Hồ Chí Minh và một số khách quốc tịch Anh, Đức, Pháp” (Ủy ban nhân dân tỉnh Tiền Giang, 2012). Thị trường khách du lịch đến tỉnh Tiền Giang được nhận định “chủ yếu từ thành phố Hồ Chí Minh và một số tỉnh miền Đông Nam Bộ. Lượng khách du lịch đến Tiền Giang phần lớn là lượng khách đến từ thành phố Hồ Chí Minh (chiếm đến 90%)” (Ủy ban nhân dân tỉnh Tiền Giang, 2012). Cũng như các điểm du lịch khác trong cả nước, thành phần khách du lịch đến tỉnh Tiền Giang khá đa dạng, nhiều vùng miền, nhiều quốc gia. Vì vậy, người nông dân làm du lịch có điều kiện giao lưu và tiếp xúc văn hóa với du khách đến từ các địa phương trong và ngoài nước.

Trong công trình *Giao lưu, tiếp biến văn hóa trong bối cảnh toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế hiện nay* của tác giả Nguyễn Thị Hương cho rằng: “Giao lưu văn hóa là quá trình tiếp xúc, trao đổi, lựa chọn, tiếp nhận và chuyển hóa các giá trị văn hóa khác nhau, có thể (hoặc không) dẫn đến sự biến đổi văn hóa của mỗi chủ thể trong những hoàn cảnh lịch sử cụ thể. Về phương diện tích cực, giao lưu văn hóa là hình thức quan hệ trao đổi văn hóa, tăng cường sự hiểu biết lẫn nhau, học hỏi lẫn nhau, từ đó nảy sinh những nhu cầu mới thúc đẩy mỗi nền văn hóa phát triển. Giao lưu văn hóa là nhu cầu cho sự tồn tại và phát triển của mỗi cộng đồng quốc gia, dân tộc. Trong quá trình đó, diễn ra sự giao thoa, pha trộn, dẫn đến

độ khúc xạ khác nhau, làm cho văn hóa của mỗi chủ thể có sự biến đổi hoặc không. Giao lưu văn hóa tạo ra hiện tượng tiếp biến (tiếp thu và cải biến) văn hóa” (Nguyễn, 2015).

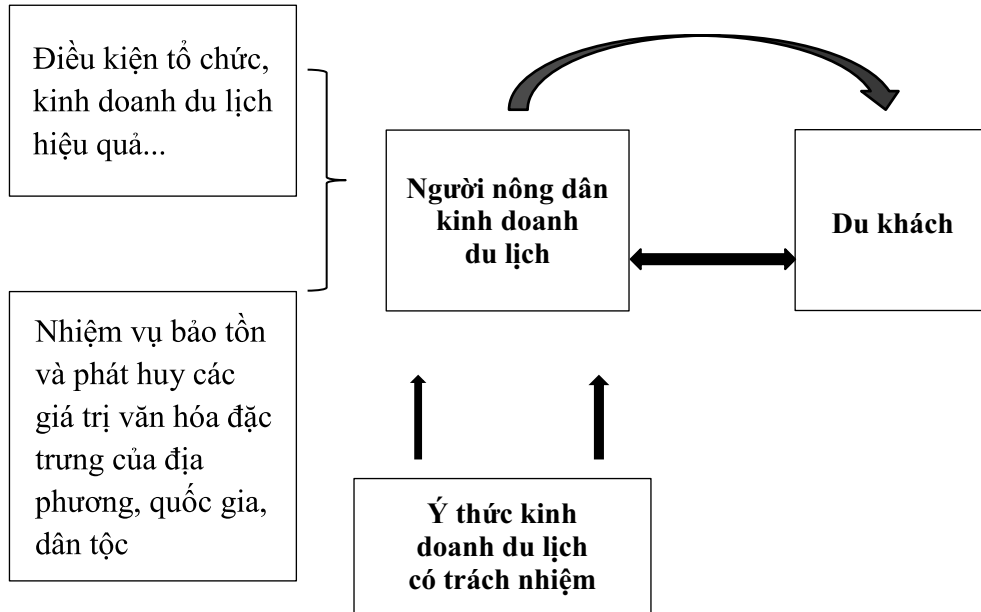
Dựa trên hiện tượng này, chúng tôi cho rằng, người nông dân làm du lịch sẽ chịu tác động bởi các yếu tố về điều kiện tổ chức; kinh doanh du lịch hiệu quả, yếu tố nhiệm vụ bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa đặc trưng của địa phương, quốc gia, dân tộc... Với tư thế chủ động nhằm giới thiệu, quảng bá các nét văn hóa đặc trưng của vùng - miền - quốc gia - dân tộc, quá trình giao lưu, tiếp xúc văn hóa của những cá nhân tham gia hoạt động trong ngành du lịch có những nét đặc thù riêng, mặc dù quá trình này diễn ra từ 2 phía nhưng đòi hỏi người nông dân kinh doanh du lịch phải chủ động thích ứng và đặt ý thức trách nhiệm của mình đối với việc bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa địa phương, quốc gia, dân tộc lên hàng đầu.

Bằng phương pháp quan sát (cơ sở vật chất, các sản phẩm du lịch, cách đón tiếp khách du lịch...); điều tra điền dã, phỏng vấn sâu bằng hình thức trao đổi trực tiếp, chúng tôi đã tiến hành khảo sát người nông dân ở 29 hộ nhà vườn kinh doanh du lịch ở các địa phương như: xã Thới Sơn (thành phố Mỹ Tho) gồm 16 hộ kinh doanh nhà vườn; xã Đông Hòa Hiệp, thị trấn Cái Bè (huyện Cái Bè) gồm 03 hộ kinh doanh nhà vườn; xã Tân Phong, huyện Cai Lậy có 10 hộ kinh doanh nhà vườn. Nội dung phỏng vấn sâu về vấn đề giao lưu và tiếp xúc văn hóa có trách nhiệm, bao gồm: ý thức bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa trong hoạt động kinh doanh du lịch (gồm cả cách khai thác các sản phẩm văn hóa du lịch, văn hóa giao tiếp trong hoạt động du lịch, ý thức giữ gìn các giá trị văn hóa truyền thống; ý thức giới thiệu, quảng bá nét văn hóa đặc trưng ở địa phương;...); vấn đề tiếp xúc văn hóa.

Kết quả nghiên cứu cho thấy chủ thể văn hóa là người nông dân kinh doanh du lịch đã phát huy được lợi thế của mình trong kinh doanh du lịch hay nói khác đi là giao lưu, tiếp xúc du lịch chủ động/giao lưu, tiếp xúc du lịch có trách nhiệm, đồng thời cũng có những hạn chế khách quan cần được nhìn nhận để trang bị cho người nông dân một thế giới quan trong hoạt động kinh doanh du lịch. Qua sơ đồ bên dưới chúng ta cũng thấy rất rõ rằng ý thức kinh doanh du

lịch có trách nhiệm sẽ tạo nên quá trình giao lưu và tiếp xúc văn hóa tích cực, mang lại sự hài lòng cho du khách. Trong phạm vi bài viết này, chúng tôi đề xuất các quan điểm, định hướng nâng cao trách nhiệm của người nông dân làm du lịch ở địa phương. Trên

cơ sở đó, người nông dân sẽ từng bước nâng cao các tiêu chuẩn phục vụ nhằm đảm bảo chất lượng dịch vụ, khắc phục được hiện tượng tự phát trong hoạt động du lịch, đưa người nông dân làm du lịch đến gần hơn quá trình tự đào tạo trong hoạt động nghề nghiệp.



Hình 1. Sơ đồ phân tích trách nhiệm của người nông dân trong quá trình giao lưu và tiếp xúc văn hóa thông qua hoạt động du lịch

3.2. Kết quả nghiên cứu

3.2.1. Một số ưu điểm và hạn chế trong hoạt động kinh doanh du lịch

Hoạt động du lịch cộng đồng hay du lịch hộ nông dân đã đạt được những kết quả đáng ghi nhận ở nhiều địa phương tỉnh Tiền Giang. Nhìn chung, quá trình giao lưu, tiếp xúc văn hóa chủ động đã mang lại những ưu điểm và hạn chế nhất định, tác động đến hoạt động kinh doanh du lịch một cách chủ quan và khách quan. Ở góc độ này, người nông dân đóng vai trò là chủ thể văn hóa trong giao lưu, tiếp xúc văn hóa có trách nhiệm thông qua hoạt động du lịch đã tạo được những thế mạnh nội sinh trong nền văn hóa ở địa phương. Cụ thể:

- Để chuẩn bị cho quá trình giao lưu và tiếp xúc văn hóa chủ động thông qua hoạt động kinh doanh du lịch, người nông dân tỉnh Tiền Giang có trách nhiệm trong việc đầu tư cơ sở vật chất, chuẩn hóa thương hiệu kinh doanh du lịch, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực; đa dạng hóa sản phẩm du lịch nông thôn, du lịch cộng đồng, đa dạng hóa các loại hình du lịch

tỉnh Tiền Giang. Sản phẩm du lịch nông thôn, du lịch cộng đồng đã góp phần bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa nông thôn, văn hóa cộng đồng... Cụ thể, người nông dân phát triển du lịch nông thôn, du lịch cộng đồng khai thác được cảnh quan nhà cổ ở làng cổ Đông Hòa Hiệp, Cái Bè; các vườn cây ăn trái ở cù lao Thới Sơn, vườn sầu riêng Ngũ Hiệp, vườn sơ ri Gò Công, vườn khóm Tân Lập..., các mô hình trồng rau củ như mô hình trồng nấm linh chi, nuôi ong lấy mật, khai thác các con kênh, rạch, các hàng đừa nước ở cù lao Thới Sơn mang đậm phong cách làng quê... Bên cạnh đó, người nông dân còn góp phần khai thác các sản phẩm du lịch văn hóa - nghệ thuật vừa góp phần bảo tồn và phát huy nét văn hóa đặc sắc ở địa phương, tăng niềm tự hào về văn hóa tinh nhà như: phát huy nhạc đờn ca tài tử tại các điểm Du lịch Thới Sơn 3, điểm du lịch Sông Tiền, điểm du lịch Việt Nhật, điểm du lịch Chương Dương, điểm du lịch Công Đoàn, điểm du lịch miền Tây... bán các sản phẩm làng nghề truyền thống như bánh tráng, sản phẩm làng nghề bánh bún, sản phẩm hủ tiếu Mỹ Tho, làng nghề làm mắm tôm,... Mặt khác, người nông dân

đã cùng chung tay với chính quyền địa phương phát triển du lịch nông thôn, du lịch cộng đồng đã tạo công ăn việc làm cho người dân ở địa phương như: kinh doanh các dịch vụ vận tải, kinh doanh hộ nhà vườn, kinh doanh bán thủy hải sản, kinh doanh cho thuê phòng ở (homestay), khách sạn, quán ăn, nhà hàng... Tuy nhiên, mặc dù có nhiều dấu hiệu khả quan nhưng nhìn chung, người nông dân còn làm du lịch theo sở thích, mang tính tự phát, một số sản phẩm chưa được đầu tư đúng tầm, người nông dân chưa nắm vững cơ sở khoa học, nguyên tắc khai thác các sản phẩm văn hóa du lịch để phục vụ tốt cho quá trình giao lưu, tiếp xúc văn hóa với du khách. Ở một số nơi, đôi lúc người nông dân chưa thấy được cảnh quan văn hóa cần phải phát huy đúng mức trong các tour du lịch miệt vườn, việc bảo vệ môi trường sinh thái, cảnh quan thiên nhiên cần phải được xem là nhiệm vụ hàng đầu. Một số hộ nông dân chưa nhận thức được tầm quan trọng của việc nắm vững hệ thống văn bản pháp luật có liên quan. Điều này làm giảm tính hiệu quả của quá trình giao lưu, tiếp xúc văn hóa thông qua hoạt động du lịch.

- Mặt khác, qua quá trình giao lưu, tiếp xúc văn hóa thông qua hoạt động du lịch, người nông dân làm du lịch cũng giới thiệu được những nét văn hóa đặc sắc ở địa phương. Tuy nhiên, người nông dân vẫn chưa nhận thấy được vai trò, trách nhiệm của mình trong việc truyền tải thông điệp về văn hóa cho du khách qua quá trình tiếp xúc văn hóa, họ chỉ nghĩ đơn thuần đây là công việc kinh doanh, họ không nghĩ bản thân mình là người tiêu biểu, là những cá nhân đại diện cho quá trình giao lưu, tiếp xúc văn hóa thông qua du lịch. Qua nghiên cứu cho thấy, người nông dân nghĩ rằng những lời hay ý đẹp của họ truyền tải đến du khách là đã giới thiệu được nét văn hóa đặc trưng của địa phương, thực tế, không chỉ việc thuyết minh, giới thiệu mà tất cả những sản phẩm họ mang đến cho du khách đều phải thực hiện nhiệm vụ này.

- Trong quá trình giao lưu và tiếp xúc văn hóa thông qua hoạt động du lịch, một vài hộ nông dân làm du lịch chưa thích ứng được với những thay đổi trong sinh hoạt gia đình khi tham gia kinh doanh du lịch, một số hộ còn hạn chế thị trường khách du lịch, thậm chí một số hộ dừng việc đón tiếp khách sử dụng dịch vụ homestay. Một vài cá nhân còn có các hành

vi chưa chú trọng xây dựng hình ảnh, thương hiệu du lịch tỉnh Tiền Giang...

- Trong quá trình giao lưu, tiếp xúc văn hóa với du khách đến từ nhiều vùng miền khác nhau trong và ngoài nước, người nông dân thường có tâm lý vui vẻ nhưng đôi lúc cũng cảm thấy du khách quá khác biệt, có thể nảy sinh tâm lý tiêu cực làm ảnh hưởng đến quá trình đón tiếp khách... Trước bối cảnh toàn cầu hóa, người nông dân làm du lịch còn khá lúng túng, chưa biết phải làm gì để đẩy nhanh tiến trình hội nhập, giao lưu và tiếp xúc văn hóa thông qua hoạt động du lịch đạt hiệu quả. Một số người sử dụng tiếng Anh chưa thuần thục.

Mặt khác, một số thực trạng như chưa quảng bá đúng sản phẩm du lịch như trên thực tế, bán sản phẩm du lịch trùng lặp... vẫn còn tồn tại làm giảm đi vẻ đẹp của ngành du lịch...

3.2.2. Một số giải pháp nâng cao trách nhiệm của người nông dân trong quá trình giao lưu và tiếp xúc văn hóa thông qua hoạt động kinh doanh du lịch

Xuất phát từ việc xem “Du lịch là hoạt động giúp con người khám phá, thưởng thức các giá trị văn hóa, cảnh đẹp thiên nhiên ngoài nơi cư trú thường xuyên trong một khoảng thời gian nhất định nhằm thỏa mãn nhu cầu về thể chất và tinh thần của họ. Hoạt động này thường được đáp ứng bởi hệ thống dịch vụ cung ứng du lịch do các tổ chức, cá nhân, cộng đồng dân cư tham gia thực hiện dưới sự chi phối và định hướng của Nhà nước” (Ngô & cs., 2019), theo chúng tôi, dựa trên nhiệm vụ bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống, việc định hướng cho hoạt động du lịch là hoàn toàn phù hợp. Tại Khoản 1, Điều 6 của Luật du lịch năm 2017 có nêu rõ quyền và nghĩa vụ của của cộng đồng dân cư trong phát triển du lịch như sau:

“Cộng đồng dân cư có quyền tham gia và hưởng lợi ích hợp pháp từ hoạt động du lịch; có trách nhiệm bảo vệ tài nguyên du lịch, bản sắc văn hóa địa phương; giữ gìn an ninh, trật tự, an toàn xã hội, bảo vệ môi trường”.

Như vậy, căn cứ vào trách nhiệm của cộng đồng dân cư, trong đó có hộ nông dân làm du lịch và căn cứ vào sự cần thiết trong việc định hướng phát triển du lịch, chúng tôi đề xuất một số giải pháp tuyên truyền, hướng dẫn người nông dân quán triệt một số

quan điểm, nguyên tắc... trong quá trình giao lưu, tiếp xúc văn hóa thông qua hoạt động kinh doanh du lịch nhằm khắc phục một số hạn chế nói trên.

- *Tuyên truyền, hướng dẫn người nông dân nắm vững pháp luật và nguyên tắc khai thác văn hóa du lịch làm tiền đề cho quá trình giao lưu và tiếp xúc văn hóa trong du lịch đúng định hướng.*

Để người nông dân mang đến cho khách hàng các sản phẩm du lịch đạt chuẩn trong quá trình giao lưu và tiếp xúc văn hóa với du khách, trước hết, người nông dân cần được tuyên truyền, hướng dẫn làm du lịch đúng pháp luật thì họ mới xứng đáng là những cá nhân tiêu biểu được chính quyền cho phép giao lưu và tiếp xúc văn hóa thông qua hoạt động kinh doanh du lịch. Họ cần phải nắm vững hệ thống văn bản pháp luật của Nhà nước, tạo tiền đề cho quá trình giao lưu và tiếp xúc văn hóa đúng định hướng. Trước hết là người nông dân quán triệt Nghị quyết 08-NQ/TW của Bộ Chính trị về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn; Nghị quyết số 11-NQ/TU về phát triển du lịch của tỉnh Tiền Giang đến năm 2020 và định hướng đến năm 2030 ký ngày 05/4/2017 do Tỉnh ủy tỉnh Tiền Giang ban hành để người nông dân nắm bắt nét văn hóa du lịch nổi bật của tỉnh được giới thiệu dựa trên ba vùng sinh thái nước ngọt phù sa, sinh thái ngập mặn và vùng sinh thái ngập phèn Đồng Tháp Mười...

Thứ đến là người nông dân cần nắm vững các văn bản pháp luật trong hoạt động du lịch do Nhà nước ban hành trong tất cả mọi hoạt động để có thể hiểu rõ nghĩa vụ và quyền lợi của mình trong kinh doanh du lịch như: ngoài các quy định thành lập hộ kinh doanh du lịch, doanh nghiệp du lịch, quy định nộp thuế, được hỗ trợ vay vốn, quy định đặt tên hộ kinh doanh du lịch, đặt tên doanh nghiệp..., người nông dân cần phải nắm vững các quy định về an toàn vệ sinh thực phẩm, quy định bảo vệ môi trường, các quy định xử phạt, các quy tắc ứng xử văn minh trong quá trình giao lưu, tiếp xúc với du khách...

Ngoài việc tuyên truyền, hướng dẫn hoạt động kinh doanh du lịch đúng pháp luật, người nông dân làm du lịch cần được nắm vững các nguyên tắc khai thác văn hóa trong hoạt động du lịch để tạo ra sản phẩm đạt chuẩn, làm tiền đề cho quá trình giao lưu, tiếp xúc văn hóa trong du lịch.

“Nhiều nhà nghiên cứu khác nhau trên thế giới đã khẳng định văn hóa như là một trong những nguồn tài nguyên quan trọng nhất mà phát triển du lịch bền vững thế kỷ XXI sẽ hướng tới” (Huỳnh, 2016). Bởi văn hóa của các vùng, miền, quốc gia luôn là nguồn động lực chủ yếu khiến du khách mong muốn tìm tòi, khám phá... trong các tour du lịch.

Về mặt lý luận, văn hóa du lịch không phải là phép cộng đơn thuần giữa văn hóa và du lịch. Văn hóa du lịch là một ngành khoa học, nhiệm vụ quan trọng của ngành là tiến hành nghiên cứu, khai thác các giá trị văn hóa vào trong hoạt động du lịch. Tuy nhiên, không phải tất cả các giá trị văn hóa nào của một địa phương, vùng đất cũng được đưa vào khai thác tại các điểm, khu du lịch... trên thực tế, các giá trị văn hóa của địa phương, vùng đất phải được nghiên cứu, đánh giá, thẩm định và lên kế hoạch khai thác bằng các phương thức hợp lý và tối ưu. Căn cứ vào đặc thù của ngành du lịch là giới thiệu đến du khách gần xa những cái hay, cái đẹp của địa phương nên người nông dân làm du lịch cần lựa chọn các giá trị văn hóa tốt đẹp, tiến bộ, các giá trị văn hóa truyền thống để khai thác trong hoạt động du lịch. Điều này cũng trùng khớp với một trong những bài học được rút ra từ công tác phát triển du lịch tại các vùng nông thôn trong *Cẩm nang thực tiễn phát triển du lịch nông thôn Việt Nam* đã chỉ ra “Phát triển các sản phẩm và dịch vụ độc đáo, đề cao giá trị văn hóa truyền thống của địa phương nhưng thích ứng với điều kiện của khách du lịch” (Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch, 2013).

Bên cạnh nguyên tắc trên, khi khai thác các giá trị văn hóa trong hoạt động kinh doanh du lịch, người nông dân làm du lịch cần phải dựa trên tâm thế bảo tồn và phát huy các nét văn hóa đặc trưng của địa phương, dân tộc. Có như thế, sản phẩm du lịch mới đảm bảo tính độc đáo, hấp dẫn, nguồn tài nguyên văn hóa du lịch được bảo tồn, tạo được sức hút cho du khách gần xa mong muốn có sự giao lưu, tiếp xúc văn hóa với người dân ở địa phương thông qua hoạt động du lịch.

- *Tuyên truyền, hướng dẫn người nông dân thực hiện “mỗi người dân làm du lịch là đại sứ du lịch của địa phương”.*

Như đã đề cập ở trên, trong văn bản pháp quy của Nhà nước, trách nhiệm của cộng đồng địa phương

được quy định khá cụ thể. Xét về mặt văn hóa, hộ nông dân ở địa phương tham gia vào hoạt động du lịch cộng đồng đã trở thành những cá nhân mang tính đại diện cho địa phương. Khi du khách đến tham quan, nghỉ dưỡng, tìm hiểu về văn hóa ở địa phương, các cá nhân làm du lịch ở đây chính là những người trực tiếp giao lưu văn hóa với du khách thông qua việc giới thiệu, trình diễn các giá trị văn hóa ẩm thực, lối sống, tính cách con người địa phương...; trong “mắt” du khách, các cá nhân làm du lịch là hiện thân của các giá trị văn hóa sống động. Nếu kỹ năng cung ứng hàng hóa trong hoạt động du lịch của cộng đồng địa phương tác động tích cực đến tâm lý, tình cảm của du khách, lúc bấy giờ, người nông dân đã kinh doanh du lịch có hiệu quả, song song đó, người nông dân cũng thể hiện được trách nhiệm của mình trong việc giao lưu, tiếp xúc văn hóa. Còn ngược lại, người nông dân phục vụ du khách chưa tốt, du khách có tâm lý nhàm chán, không hứng thú đối với các tour du lịch, ngoài việc người nông dân kinh doanh du lịch chưa hiệu quả, du khách còn cảm nhận không tốt về nét đẹp của quê hương mình.

Có thể nói rằng, hoạt động du lịch cộng đồng bao hàm hai nội dung: kinh doanh du lịch và giữ gìn, phát huy bản sắc văn hóa của cộng đồng địa phương. Ở nội hàm thứ hai, người dân (người nông dân) làm du lịch cộng đồng cần được xem là đại sứ du lịch ở địa phương. Khẳng định vai trò “mỗi người dân làm du lịch là đại sứ văn hóa và du lịch của địa phương, quốc gia, dân tộc”, chúng ta cần tuyên truyền đến người nông dân phải có trách nhiệm gìn giữ phong thái, tính cách, đạo đức của mình trong quá trình giao lưu, tiếp xúc văn hóa với du khách, tuyệt đối không để lối sống hưởng thụ, tầm thường, dễ dãi làm mai một; không có bất cứ hành vi nào vi phạm đạo đức nào làm ảnh hưởng đến bản thân và hình ảnh của người dân trong vùng, ảnh hưởng đến thuần phong mỹ tục của nhân dân ta. Đồng thời, chúng ta cần tuyên truyền đến người nông dân làm du lịch không đặt lợi nhuận kinh doanh du lịch lên trên việc giữ gìn và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống của địa phương mình, không kinh doanh theo kiểu “bắt chước” miễn sao thu được nhiều tiền mà không chú trọng xây dựng hình ảnh thương hiệu cho ngành du lịch quốc gia, ngành du lịch tỉnh Tiền Giang nói riêng, bởi làm du lịch tốt là yêu quê hương, đất nước.

- Tuyên truyền, hướng dẫn người nông dân quán triệt quan điểm tôn trọng sự khác biệt về văn hóa trên cơ sở giữ gìn và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống.

Như đã nói trên, trong quá trình phục vụ, người nông dân đã có sự giao lưu, tiếp xúc văn hóa trực tiếp với khách du lịch trong nước và quốc tế. Đây là điều tất yếu bởi “không có văn hóa tự lực cánh sinh không có văn hóa tự túc” (Phan, 2004). Nền văn hóa nào cũng xảy ra việc giao lưu, tiếp xúc văn hóa. Vấn đề là, trong quá trình giao lưu, tiếp xúc văn hóa thông qua hoạt động du lịch, người nông dân sẽ nhận biết được nhiều tính cách, nét văn hóa độc đáo của du khách ở các vùng miền khác nhau trong và ngoài nước. Thực tế, có nhiều nét văn hóa của du khách gây ấn tượng tốt đẹp trong lòng người làm du lịch, nhiều lối sống, nếp sống văn minh khiến họ ngưỡng mộ... bên cạnh đó, cũng có nhiều nét văn hóa khiến người dân làm du lịch cảm thấy khác biệt... Đứng trước những trạng thái tâm lý trên, người nông dân làm du lịch cần nhìn nhận đây là quá trình giao lưu và tiếp xúc văn hóa. Khi phục vụ du khách, người làm du lịch đã có sự giao lưu và tiếp xúc văn hóa giữa cá nhân với cá nhân, và trên hết là tiếp xúc giữa các cá nhân đại diện cho vùng, miền, quốc gia. Vì vậy, trước thực trạng này, người nông dân làm du lịch cần nắm vững nguyên tắc dung hòa trong giao lưu tiếp xúc văn hóa, tôn trọng sự khác biệt về văn hóa của du khách đến từ các vùng miền, quốc gia khác nhau.

Như vậy, trong hoạt động du lịch, người nông dân làm du lịch cần ý thức về việc giao lưu, tiếp xúc văn hóa giữa các người dân ở nhiều vùng miền trong và ngoài nước. Khi phục vụ du khách, người nông dân làm du lịch cần có thái độ dung hòa trong giao lưu tiếp xúc văn hóa, tôn trọng sự khác biệt về văn hóa của du khách, đồng thời luôn có ý thức giữ gìn và phát huy nét văn hóa ở địa phương, tự hào về nền văn hóa do ông cha ta để lại, tránh thái độ tự tôn hay tự ti khi tiếp xúc với du khách quốc tế có nền văn hóa khác biệt hoặc nền kinh tế phát triển so với ta.

- Tuyên truyền, hướng dẫn người nông dân về sự biến đổi văn hóa trong hoạt động du lịch.

Biến đổi văn hóa thường phát sinh sau một thời gian diễn ra quá trình giao lưu và tiếp xúc văn hóa. Sự biến đổi văn hóa không phát triển theo quy luật một

chiều mà chúng phải tuân thủ theo quy luật kế thừa các truyền thống văn hóa của dân tộc. Nhìn chung, hoạt động du lịch trên địa bàn tỉnh Tiền Giang chưa có giao lưu và tiếp biến văn hóa sâu sắc do quá trình giao lưu văn hóa giữa người nông dân và du khách diễn ra tương đối ngắn (du khách không lưu trú nhiều ngày), có chăng là sự biến đổi một số giá trị văn hóa. Chính vì vậy, trong quá trình giao lưu và tiếp xúc văn hóa, người nông dân cần nắm vững nguyên tắc biến đổi văn hóa. Trong hoạt động du lịch, có lúc không tránh khỏi việc biến đổi văn hóa, người nông dân cần thận trọng cân nhắc việc biến đổi văn hóa phải làm sao giữ được nét văn hóa đặc trưng của địa phương, chú trọng đến mối “quan hệ giữa truyền thống và hiện đại chính là mối quan hệ thể hiện một khía cạnh rất đặc trưng của văn hóa” (Nguyễn, 2014).

Chúng ta cần tuyên truyền, hướng dẫn người nông dân phân biệt giữa sự biến đổi văn hóa và các dấu hiệu thay đổi trong quá trình kinh doanh du lịch. Ví như họ sẽ gặp một số hạn chế ngoài ý muốn như: mất tính riêng tư của bản thân và gia đình, cộng đồng khi phát triển du lịch. Cụ thể: đối với hộ kinh doanh loại hình homestay, du khách đến tham quan và lưu lại từ một đến nhiều ngày, họ sẽ tham gia trực tiếp vào quá trình sinh hoạt tại nhà của các hộ nông dân kinh doanh du lịch như: cùng đi chợ, cùng thưởng thức các món ăn ngon, cùng lao động... vì vậy, sinh hoạt văn hóa gia đình của hộ nông dân làm du lịch ít nhiều bị thay đổi. Văn hóa cá nhân của các thành viên trong gia đình không được thể hiện theo xu hướng cá nhân, độc đáo nữa... mà văn hóa cá nhân của các thành viên trong gia đình của hộ nông dân được phục vụ cho hoạt động du lịch. Trong các mùa cao điểm, khách du lịch sẽ đổ về điểm du lịch, đường sá, xe cộ tấp nập khách thập phương, hầu như nhà nhà, người người đều đón tiếp khách... đã làm cho đời sống sinh hoạt của làng xóm trở nên nhộn nhịp. Do tiếp đón một lượng lớn du khách nên môi trường xung quanh có thể bị ô nhiễm... Đây không phải là sự biến đổi văn hóa qua quá trình giao lưu, tiếp xúc văn hóa.

Ngoài ra, người nông dân cũng cần nắm vững việc địa phương phát triển du lịch sẽ không thể đô thị hóa, bê tông hóa như các nơi khác bởi vì điểm du lịch ở tỉnh Tiền Giang đa số là du lịch nhà vườn nên sẽ không có những tòa nhà cao ốc hiện đại mọc lên như nấm, không có những đèn xanh đỏ nhấp nháy

liên hồi như ở các khu đô thị có cơ sở vật chất, hạ tầng phát triển... Địa phương phát triển du lịch cộng đồng, du lịch nông thôn phải giữ nguyên nét dân dã, mộc mạc vốn có của nó, những ngôi nhà lá đơn sơ, những con đường làng, những hàng cây xanh xanh thẳng tắp, những chiếc võng đu đưa giữa trưa hè... vẫn phải còn nguyên vẹn. Môi trường sống của người nông dân làm du lịch luôn trong lành, du khách đến điểm du lịch sẽ được hòa mình với thiên nhiên tươi đẹp, được sống trong khung cảnh hữu tình, nên thơ. Người nông dân cần nhận thức đây là nét văn hóa quý hiếm mà cư dân nơi khác không thể nào có được và họ cần phải giữ gìn chúng thì mới có thể làm nền tảng phát triển... Như vậy, người nông dân cần nắm vững một số nguyên tắc về biến đổi văn hóa để có thể chọn lọc khi du khách yêu cầu đáp ứng các điều kiện cơ sở vật chất hiện đại hoặc khi đầu tư, nâng cấp khu du lịch, người nông dân không nên hiện đại hóa cảnh quan thiên nhiên, hiện đại hóa tất cả các cơ sở dịch vụ du lịch nhà vườn để đáp ứng nhu cầu giao lưu và tiếp xúc văn hóa thông qua du lịch.

- Tuyên truyền, hướng dẫn người nông dân về vấn đề giữ gìn nét văn hóa độc đáo, đặc sắc, nâng cao kỹ năng nghề nghiệp theo chuẩn quốc tế trong quá trình giao lưu tiếp xúc văn hóa trước bối cảnh toàn cầu hóa.

Toàn cầu hóa là một trong những điều kiện tạo tiền đề cho quá trình giao lưu, tiếp xúc văn hóa diễn ra mạnh mẽ. Trước bối cảnh toàn cầu hóa hiện nay, ngành du lịch tỉnh Tiền Giang không thể đứng bên ngoài guồng máy phát triển du lịch của thế giới. Đất nước chúng ta là thành viên của Tổ chức thương mại thế giới (WTO) vào tháng 11/2007 và Hiến chương ASEAN của Hiệp hội các quốc gia Đông Nam Á đã gắn kết các quốc gia các nước Đông Nam Á lại với nhau trên cơ sở tôn trọng, đoàn kết, hợp tác cùng nhau phát triển... Với những ký kết thỏa thuận cùng hợp tác giữa nước ta và các quốc gia trên thế giới, ngành du lịch Việt Nam có thêm nhiều cơ hội giao lưu, quảng bá, xúc tiến du lịch ở các nước bạn và ngược lại; thắt chặt tình đoàn kết hữu nghị giữa các quốc gia, dân tộc; phát triển mạnh mẽ du lịch quốc tế; tăng cường chuyên giao công nghệ du lịch (chuyên giao những thành tựu khoa học phát triển du lịch). Từ hoạt động chuyên giao khoa học công nghệ về du lịch, người nông dân làm du lịch sẽ nhanh chóng thừa hưởng các

thành tựu khoa học tiên tiến nhất... Có thể nói, “nhu cầu hội nhập và hợp tác quốc tế trong du lịch là tăng cường quan hệ để phát triển; tiếp thu kinh nghiệm; xác lập vị thế trên trường quốc tế để phát triển và góp phần phát triển kinh tế, văn hóa, xã hội. Hội nhập quốc tế trong du lịch sẽ theo các bước sau đây: tham gia các tổ chức quốc tế; thừa nhận và áp dụng các tiến bộ của công nghệ thông tin; tăng cường toàn cầu hóa trong khai thác, bảo vệ và phát triển tài nguyên du lịch; áp dụng các tiêu chuẩn quốc tế trong hoạt động du lịch; đơn phương tuyên bố tạo điều kiện thuận lợi cho khách du lịch và các nhà đầu tư du lịch, ký kết các hiệp định hợp tác song phương và đa phương về phát triển du lịch; cam kết và mở cửa thị trường du lịch. Để hội nhập quốc tế thành công, ngành Du lịch Việt Nam phải chủ động tham gia vào quá trình phân công lao động quốc tế, đảm bảo có vị trí xứng đáng trong chuỗi cung cấp dịch vụ du lịch có chất lượng của khu vực và thế giới” (Nguyễn, 2015).

Như vậy, trước bối cảnh toàn cầu hóa về du lịch, du khách quốc tế sẽ đến tỉnh Tiền Giang nhiều hơn, yêu cầu người phục vụ du lịch có chuẩn kỹ năng cao hơn. Để việc đón tiếp khách đáp ứng được nhu cầu vật chất và tinh thần của du khách trong quá trình giao lưu, tiếp xúc văn hóa trước bối cảnh toàn cầu hóa, người nông dân làm du lịch tỉnh Tiền Giang phải trau dồi ngoại ngữ để có thể truyền tải các giá trị văn hóa sâu sắc hơn bên cạnh việc từng bước hoàn thiện kinh doanh du lịch, từng bước phải nâng cao chuẩn nghề nghiệp của bản thân, tiếp cận dần với các tiêu chuẩn nghề nghiệp của quốc tế giúp cho quá trình giao lưu, tiếp xúc văn hóa với các nước bạn diễn ra ở trình độ ngang bằng. Chúng tôi khuyến nghị người nông dân có thể tham khảo các tiêu chuẩn VTOS phiên bản mới (2013). Tiêu chuẩn VTOS “*cung cấp danh mục hơn 65 chứng chỉ đề xuất cho các đối tượng từ nhân viên tập sự bậc 1 đến quản lý cấp cao bậc 5. Các chứng chỉ này bao quát tất cả nghề quan trọng thuộc lĩnh vực lễ hành và khách sạn*” (Đoàn Mạnh Cường, 2017)... vị trí việc làm Bộ tiêu chuẩn VTOS 2013 gồm: “1) Lễ tân; 2) Phục vụ buồng; 3) Phục vụ nhà hàng; 4) Chế biến món ăn; 5) Điều hành du lịch và đại lý lễ hành; 6) Hướng dẫn du lịch. Ngoài ra, bộ tiêu chuẩn VTOS 2013 cũng được xây dựng mở rộng cho bố vị trí việc làm chuyên biệt trong hoạt động du lịch: 1) Thuyết minh du lịch; 2) Phục vụ trên tàu

thủy du lịch; 3) Quản lý khách sạn; 4) Vận hành cơ sở lưu trú du lịch”” (Đoàn Mạnh Cường, 2017). Đồng thời, người nông dân tỉnh Tiền Giang còn có thể tham khảo tài liệu tại địa phương như *Tài liệu hướng dẫn nông dân tỉnh Tiền Giang làm du lịch dựa trên đặc trưng văn hóa của địa phương*.

Cũng cần nói thêm rằng, trong quá trình giao lưu và tiếp xúc văn hóa trước bối cảnh toàn cầu hóa, người nông dân làm du lịch vẫn phải luôn chú trọng đến đặc trưng văn hóa của địa phương, cần vận dụng một cách linh hoạt, khéo léo, tự nhiên, không để cho sự biến đổi văn hóa, tiếp biến văn hóa (nếu có) trước bối cảnh toàn cầu hóa làm giảm đi tính độc đáo có trong các sản phẩm văn hóa du lịch của địa phương mình. Ví như để giao lưu, tiếp xúc văn hóa với du khách quốc tế, người nông dân phải trau dồi, nâng cao trình độ ngoại ngữ để giao lưu với họ, tuy nhiên, người nông dân phải có ý thức không dùng những câu nói đệm bằng tiếng Anh trong những câu nói bằng tiếng Việt khi giao lưu, tiếp xúc với du khách nội địa... điều này sẽ làm mất đi vẻ chân chất của người nông dân tỉnh Tiền Giang... Hoặc trường hợp, chúng ta bắt chước theo phong thái, cách ăn mặc khác biệt của người dân ở vùng, miền, quốc gia khác sẽ làm mai một đi tính độc đáo của con người Tiền Giang làm du khách không thích thú khi tiếp xúc... Nói tóm lại, người làm du lịch chỉ cần trau dồi các kỹ năng chuyên nghiệp theo chuẩn quốc tế và phải luôn giữ được nét văn hóa đặc trưng riêng của mình trong quá trình giao lưu văn hóa trước bối cảnh toàn cầu hóa.

4. Kết luận và khuyến nghị

Như vậy, để góp phần phát triển ngành du lịch tỉnh Tiền Giang một cách bền vững, chúng ta cần phải nâng cao trách nhiệm của người dân nói chung, người nông dân làm du lịch nói riêng, bởi vì, họ là một trong những thành phần kinh doanh du lịch cộng đồng, góp phần làm đa dạng hóa hoạt động du lịch ở địa phương. Đặt quá trình đón tiếp khách dưới góc nhìn giao lưu, tiếp xúc văn hóa, chúng tôi đã chỉ ra được một số ưu điểm và hạn chế của người nông dân làm du lịch ở tỉnh Tiền Giang, từ đó, đề xuất một số giải pháp nâng cao trách nhiệm của người nông dân làm du lịch thông qua việc quán triệt, tuyên truyền, hướng dẫn người nông dân nắm vững pháp luật, quán triệt quan điểm “mỗi người dân làm du lịch là đại sứ du lịch của địa phương” và một số quan điểm khác

đến người nông dân dựa trên cơ sở giao lưu và tiếp xúc văn hóa, đặc biệt là việc tuyên truyền, hướng dẫn người nông dân về vấn đề giữ gìn nét văn hóa độc đáo, đặc sắc, nâng cao kỹ năng nghề nghiệp theo chuẩn quốc tế... Tuy nhiên, để thực hiện được điều này, chúng tôi khuyến nghị địa phương cần tổ chức việc tuyên truyền, phổ biến thường xuyên, liên tục đến người nông dân làm du lịch thông qua mọi hình thức tuyên truyền gần gũi, thiết thực, sao cho người nông dân nắm vững nguyên tắc một cách nhuần nhuyễn, áp dụng vào việc kinh doanh du lịch có hiệu quả, chuyên nghiệp và có trách nhiệm./.

Tài liệu tham khảo

- Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch. (2013). *Cẩm nang thực tiễn phát triển du lịch nông thôn Việt Nam*. Hà Nội.
- Đoàn, M. C. (18/1/2017). Áp dụng tiêu chuẩn VTOS - Giải pháp đào tạo nguồn nhân lực du lịch chất lượng cao trong bối cảnh hội nhập kinh tế ASEAN. *Vụ đào tạo - Bộ Văn hóa Thể thao và Du lịch*. Truy cập từ <http://daotao-vhttdl.vn/articleDetail.aspx?articleid=443&sitepageid=633>.
- Huỳnh, Q. T. (2016). Đẩy mạnh du lịch cộng đồng - Giải pháp thúc đẩy phát triển bền vững du lịch tỉnh Tiền Giang. *Kỷ yếu Hội nghị Giải pháp thúc đẩy phát triển du lịch tỉnh Tiền Giang: 31/3/2016*.
- Ngô, T. T. (Chủ nhiệm), Nguyễn, T. P., & Nguyễn, T. P. E. (2019). *Báo cáo tổng hợp đề tài Nghiên cứu đề xuất giải pháp hướng dẫn nông dân tỉnh Tiền Giang làm du lịch dựa trên đặc trưng văn hóa của địa phương*. Ủy ban nhân dân tỉnh Tiền Giang.
- Nguyễn, K. L. (Chủ biên). (2014). *Bảo tồn và phát huy di sản văn hóa Việt Nam*. Hà Nội: NXB Văn hóa - Thông tin.
- Nguyễn, T. H. (2015). Giao lưu, tiếp biến văn hóa trong bối cảnh toàn cầu hóa và hội nhập quốc tế hiện nay. *Tạp chí Khoa học Công nghệ Việt Nam, số 1(5)5*. 2015: 55-60.
- Nguyễn, V. L. (8/8/2015). Những yếu tố tác động đến du lịch Việt Nam. *Tạp chí Du lịch*. 2015. Truy cập từ <http://www.vtr.org.vn/nhung-yeu-to-quoc-te-tac-dong-den-du-lich-viet-nam.html>.
- Phan, N. (2004). *Bản sắc văn hóa Việt Nam*. Hà Nội: NXB Văn hóa - Thông tin.
- Quốc hội nước Cộng hòa Xã hội Chủ nghĩa Việt Nam. (2017). *Luật Du lịch số 09/2017/QH14*. Hà Nội.
- Ủy ban nhân dân tỉnh Tiền Giang. (2012). *Báo cáo tổng hợp Quy hoạch phát triển du lịch tỉnh Tiền Giang đến năm 2020 và tầm nhìn đến năm 2030*.