ĐỔI MỚI SÁNG TẠO HƯỚNG TỚI PHÁT TRIỂN BỀN VỮNG: NGHIÊN CỨU TRƯỜNG HỢP CÁC DOANH NGHIỆP NÔNG NGHIỆP

PGS.TS. Vũ Hoàng Nam* - PGS.TS. Nguyễn Thị Khánh Chi* - ThS. Lê Ngọc Dũng**

Đổi mới sáng tạo đã trở thành động lực chính để doanh nghiệp phát triển bền vững. Câu hỏi đặt ra là doanh nghiệp cần đổi mới sáng tạo như thế nào. Nghiên cứu này khám phá quá trình đổi mới sáng tạo của một số doanh nghiệp nông nghiệp ở Việt Nam. Kết quả phỏng vấn sâu đại diện một số doanh nghiệp nông nghiệp tại hai tỉnh Sơn La và Đắk Lắk cho thấy một số doanh nghiệp đã đổi mới sáng tạo bằng cách phát triển mô hình kinh doanh kết hợp sản xuất nông nghiệp và du lịch trong khi nhiều doanh nghiệp tập trung đổi mới và nâng cao chất lượng sản phẩm nông nghiệp. Các doanh nghiệp phát triển mô hình kinh doanh kết hợp sản xuất nông nghiệp và du lịch có thể đa dạng hóa hoạt động kinh doanh nên giảm được rủi ro do sự biến động của giá cả nông sản và sự phụ thuộc vào thị trường. Mô hình kinh doanh kết hợp sản xuất nông nghiệp và du lịch tạo ra nguồn thu mới. Hiệu ứng cộng hưởng của sản xuất nông nghiệp gắn với du lịch góp phần thúc đẩy phát triển bền vững. Kết quả nghiên cứu đề xuất một số gợi ý chính sách nhằm hỗ trợ các doanh nghiệp nông nghiệp lựa chọn cách thức và thực hiện đổi mới sáng tạo hướng tới phát triển bền vững.

• Từ khóa: *đổi mới sáng tạo, sản xuất nông nghiệp, du lịch, bảo tồn đa dạng sinh học, phát triển bền vững.*

Innovation has become a key driver for sustainable business development. The question is, how should businesses innovate? This study explores the innovation process of several agricultural businesses in Vietnam. In-depth interviews with representatives of several agricultural businesses in Son La and Dak Lak provinces revealed that some businesses have innovated by developing business models that combine agricultural production and tourism, while many others focus on innovating and improving the quality of agricultural products. Businesses that develop integrated agricultural production and tourism models can diversify their operations, thus reducing risks from fluctuating agricultural prices and market dependence. These integrated models generate new revenue streams. The synergistic effect of agricultural production linked with tourism contributes to sustainable development. The research findings propose several policy suggestions to support agricultural enterprises in selecting and implementing innovative approaches towards sustainable development.

• Key words: *innovation, agricultural production, tourism, biodiversity conservation, sustainable development.*

Ngày nhận bài: 15/12/2025
Ngày gửi phản biện: 04/02/2026
Ngày duyệt đăng: 25/3/2026

DOI: https://doi.org/10.71374/jfarv.v26.i310.19

1. Đặt vấn đề

Trong bối cảnh toàn cầu hóa và cạnh tranh ngày càng gay gắt, đổi mới sáng tạo (ĐMST) là yếu tố giúp doanh nghiệp phát triển lợi thế cạnh tranh bền vững (Kotko và cộng sự, 2026). ĐMST đặc biệt quan trọng đối với các doanh nghiệp sản xuất nông nghiệp khi phải đối mặt với nhiều thách thức như biến động giá cả, yêu cầu về chất lượng, an toàn thực phẩm, tiêu chuẩn bền vững, cạnh tranh quốc tế và biến đổi khí hậu (Tomashuk, 2023).

Một trong những hướng ĐMST cho các doanh nghiệp sản xuất nông nghiệp là mô hình kinh doanh kết hợp sản xuất nông nghiệp và du lịch (Kalna-Dubinyuk & Dubinyuk, 2025). Mô hình này giúp doanh nghiệp đa dạng hóa nguồn thu, giảm rủi ro, nâng cao hình ảnh, tăng khả năng cạnh tranh và tiếp cận thị trường (Wen-Ta & Tsai, 2025). Du lịch nông nghiệp giúp cải thiện sinh kế nông dân và thúc đẩy phát triển nông thôn bền vững (Barbieri, 2020). Các nghiên cứu trước tập trung vào tác động kinh tế, xã hội của du lịch nông nghiệp (Yang và cộng sự, 2025) hoặc phát triển nông thôn (Piras & Pedes, 2025). Chưa có nhiều nghiên cứu về vai trò của mô hình kinh doanh kết hợp sản xuất nông nghiệp và du lịch, đặc biệt trong bối cảnh vùng xa, khó khăn của các nước đang phát triển. Chưa có nghiên cứu nào so sánh kết quả triển khai mô hình kinh doanh kết hợp sản xuất nông nghiệp và du lịch với kết quả đổi mới sản phẩm trong sản xuất nông nghiệp.

** Trường Đại học Ngoại thương; email: namvh@ftu.edu.vn - chintk@ftu.edu.vn*
*** United Nations Development Programme (UNDP) Việt Nam; email: le.ngoc.dung@undp.org*

Bài viết này là sản phẩm của đề tài "Nghiên cứu tác động của du lịch nông nghiệp đến hành vi bảo tồn đa dạng sinh học trong sản xuất nông nghiệp ở Việt Nam" do Quỹ Phát triển Khoa học và Công nghệ Quốc gia tài trợ, mã số 502.02-2025.16

Nghiên cứu này thực hiện ở Sơn La và Đắk Lắk. Sơn La là địa phương có tiềm năng lớn về nông nghiệp và du lịch nhờ khí hậu ôn đới, cảnh quan núi rừng đa dạng, sản phẩm đặc trưng và bản sắc đa văn hóa dân tộc (DCST, 2017). Đắk Lắk với đất bazan màu mỡ, khí hậu nhiệt đới, cũng là vùng tiềm năng sản xuất nông nghiệp kết hợp du lịch. Nghiên cứu sử dụng phương pháp định tính thông qua phỏng vấn sâu 14 doanh nghiệp sản xuất nông nghiệp. Các doanh nghiệp sản xuất giống cây trồng, mía đường, chè, cà phê, ca cao, mắc ca, sữa. Nội dung phỏng vấn gồm thực tiễn sản xuất kinh doanh, động lực, quá trình, kết quả ĐMST. Kết quả nghiên cứu cho thấy sự khác biệt lớn về kết quả kinh doanh giữa các doanh nghiệp thực hiện mô hình kinh doanh kết hợp sản xuất nông nghiệp và du lịch so với các doanh nghiệp chỉ tập trung đổi mới sản phẩm nông nghiệp.

2. Cơ sở lý luận

2.1. Đổi mới sáng tạo

Theo Schumpeter (1934), ĐMST bao gồm giới thiệu sản phẩm mới, phương pháp sản xuất mới, mở ra thị trường mới, tìm ra nguồn cung cấp mới và thực hiện cách thức tổ chức mới. Theo OECD (2005), ĐMST là việc thực thi một sản phẩm hoặc một quy trình mới hoặc được cải tiến đáng kể, một phương pháp marketing mới, hay một biện pháp mới mang tính tổ chức trong thực tiễn hoạt động, trong tổ chức công việc hay trong quan hệ với bên ngoài. ĐMST được phân thành bốn loại: đổi mới sản phẩm, đổi mới quy trình, đổi mới marketing và đổi mới tổ chức.

Đổi mới sản phẩm là giới thiệu sản phẩm hoặc dịch vụ mới hoặc cải tiến đáng kể về đặc tính kỹ thuật, thành phần, phần mềm hoặc tính năng sử dụng. Đổi mới quy trình là áp dụng phương pháp sản xuất hoặc phân phối mới hoặc cải tiến đáng kể, nhằm giảm chi phí, nâng cao chất lượng hoặc hiệu quả. Đổi mới marketing là thực hiện phương pháp marketing mới, liên quan đến thay đổi đáng kể trong thiết kế sản phẩm, bao bì, định giá, phân phối hoặc quảng bá. Đổi mới tổ chức là việc áp dụng phương pháp tổ chức mới trong thực tiễn kinh doanh, tổ chức nơi làm việc hoặc quan hệ bên ngoài (Eurostat, 2018). Khung lý thuyết này thường được sử dụng để đo lường và phân tích đổi mới ở cấp độ doanh nghiệp. Trong nông nghiệp, bao gồm hợp tác xã kiểu mới, chuỗi giá trị liên kết nông dân-doanh nghiệp hoặc quản lý chuỗi cung ứng số hóa (Gray và Jones, 2022).

2.2. Mô hình kinh doanh kết hợp sản xuất nông nghiệp với du lịch

Theo Barbieri (2020), du lịch nông nghiệp là khái niệm thường nhấn mạnh vào đa dạng hóa trong nông nghiệp. Phillip và cộng sự (2010) nhấn mạnh du lịch nông nghiệp dựa trên sản xuất nông nghiệp cùng với sự trải nghiệm của du khách về nông nghiệp. Arroyo và cộng sự (2013) xác định du lịch nông nghiệp bao gồm bối cảnh nông nghiệp, giải trí, trang trại, và giáo dục. Theo Broccardo và cộng sự (2017), kết hợp sản xuất nông nghiệp và du lịch là mô hình kinh doanh mới. Theo đó, doanh nghiệp chuyển từ sản xuất thuần túy sang mô hình đa chức năng, kết hợp nông nghiệp với du lịch trải nghiệm. Mô hình này giúp doanh nghiệp bổ sung nguồn thu từ du lịch và nâng cao lợi thế cạnh tranh (Barbieri, 2020). Mô hình này khuyến khích doanh nghiệp tạo việc làm cho phụ nữ, thúc đẩy đổi mới và thích ứng với xu hướng thị trường (Barbieri, 2020). Mô hình này giúp giảm rủi ro từ sản xuất nông nghiệp, đồng thời bảo tồn tài nguyên văn hóa - môi trường và văn hóa nông thôn (Barbieri, 2020).

3. Phương pháp nghiên cứu

Bài viết này sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính dựa vào phỏng vấn sâu lãnh đạo các doanh nghiệp nông nghiệp nhằm khám phá quan điểm, thực tiễn và đánh giá việc phát triển mô hình kinh doanh kết hợp sản xuất nông nghiệp với du lịch (Creswell và Poth, 2018). Phương pháp này phù hợp với mục tiêu khám phá sâu quá trình ĐMST của các doanh nghiệp nông nghiệp.

Đối tượng phỏng vấn là lãnh đạo của 14 doanh nghiệp sản xuất nông nghiệp tại tỉnh Sơn La và Đắk Lắk sản xuất và xuất khẩu cà phê, doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu chè, doanh nghiệp sản xuất mía đường, doanh nghiệp sản xuất sữa bò, doanh nghiệp sản xuất giống cây trồng, doanh nghiệp sản xuất và kinh doanh hàng nông sản như mắc ca, ca cao…. Nghiên cứu sử dụng phương pháp lấy mẫu ngẫu nhiên từ danh sách các doanh nghiệp địa phương tiến hành từ 5/2025 đến 12/2025. Mỗi cuộc phỏng vấn kéo dài 60-90 phút, được thực hiện trực tiếp tại trụ sở doanh nghiệp. Nội dung phỏng vấn sâu được cấu trúc theo bốn nội dung chính: (1) Thực tiễn sản xuất kinh doanh, (2) Động lực và quá trình đổi mới, (3) Kết quả đổi mới, (4) Kế hoạch tương lai.

4. Kết quả nghiên cứu

Mẫu nghiên cứu gồm 3 doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu cà phê, 4 doanh nghiệp sản xuất và xuất khẩu chè, 1 doanh nghiệp mía đường, 1 doanh nghiệp sữa bò, 1 doanh nghiệp giống cây trồng, và 4 doanh nghiệp sản xuất nông sản tổng hợp. Các doanh nghiệp có quy mô nhỏ và vừa, số lượng lao động 20-200 người, tập trung tại các khu vực Mộc Châu, Vân Hồ, Mai Sơn, Tà Xùa, Buôn Mê Thuột (Bảng 1).

Bảng 1: Đặc điểm doanh nghiệp

Mã hóa	Tỉnh	Số lượng	Lao động	Hoạt động SX, KD chính	Áp dụng mô hình KD kết hợp SX nông nghiệp và du lịch
CF_SL	Sơn La	2	75	Trồng, chế biến, XK cà phê	Có
FO_SL	Sơn La	1	30	Trồng, chế biến, KD trái cây, rau củ, OCOP	Có
CM_DL	Đắk Lak	2	110	Trồng, chế biến, KD mắc ca, ca cao, hồ tiêu	Có
CF_DL	Đắk Lak	1	220	Trồng, chế biến, XK cà phê	Không
TE_SL	Sơn La	4	80	Trồng, chế biến, XK chè Shan tuyết/Mộc Châu	Không
SU_SL	Sơn La	1	150	Trồng mía, chế biến đường	Không
MI_SL	Sơn La	1	200	Chăn nuôi bò sữa, sản xuất sữa tươi	Không
SE_SL	Sơn La	1	100	Sản xuất giống cây ăn quả/cây trồng	Không
FO_DL	Đắk Lak	1	30	Trồng, chế biến, KD mắc ca, ca cao, hồ tiêu	Không

Nguồn: Tác giả tổng hợp từ phỏng vấn

Thực tiễn sản xuất kinh doanh của các doanh nghiệp

Các doanh nghiệp tại Sơn La và Đắc Lắk sản xuất và kinh doanh các sản phẩm truyền thống gồm cà phê, chè, mía đường, sữa bò, giống cây trồng, ca cao, mắc ca, hồ tiêu. Thực tiễn hoạt động có sự khác biệt giữa nhóm doanh nghiệp có và chưa thực hiện mô hình kinh doanh kết hợp sản xuất nông nghiệp và du lịch. Các doanh nghiệp nông nghiệp mới chỉ dừng ở đổi mới sản phẩm mới chủ yếu tập trung vào các sản phẩm mới hoặc nâng cao chất lượng sản phẩm để sản xuất và xuất khẩu. Do vậy, các doanh nghiệp này có sự ổn định nhất định nhưng thiếu đa dạng hóa trong kinh doanh. Điều này dẫn đến phụ thuộc lớn vào thị trường và chuỗi cung ứng.

Sản phẩm chính của chúng tôi là đường kính trắng và đường tinh luyện. Chúng tôi tập trung nâng cao chất lượng để bán cho các doanh nghiệp sản xuất bánh kẹo. *Sự cạnh tranh trên thị trường rất lớn và nhiều khó khăn (SU_SL).*

Chúng tôi sản xuất và xuất khẩu trà ô long. Chúng tôi tập trung đưa ra thị trường *một số dòng sản phẩm mới nhằm đáp ứng nhu cầu thị trường nhưng chuỗi cung ứng có nhiều rủi ro (MI_SL).*

Trong khi đó, nhiều doanh nghiệp đã chuyển dịch sang mô hình kinh doanh kết hợp sản xuất nông nghiệp và du lịch. Một số hoạt động du lịch như tham gia quy trình sản xuất, đi thăm vùng trồng hữu cơ... Một số doanh nghiệp xây dựng cơ sở lưu trú cho khách du lịch. Các doanh nghiệp đã tận dụng tài nguyên của địa phương, giới thiệu về quy trình sản xuất hữu cơ, tuân thủ truy xuất nguồn gốc, bảo vệ hệ sinh thái.

Chúng tôi sản xuất và xuất khẩu cà phê nhân xanh. Để tận dụng cơ hội kinh doanh, *chúng tôi mở rộng thêm dịch vụ du lịch trải nghiệm hái cà phê. Chúng tôi có hệ thống khách sạn 3 sao để cung cấp dịch vụ lưu trú (CF_SL, TE_SL).*

Kết quả này phù hợp với các nghiên cứu về vai trò của du lịch nông nghiệp ở các nước đang phát triển (Barbieri, 2020). Các doanh nghiệp triển khai mô hình kinh doanh kết hợp sản xuất nông nghiệp và du lịch thường hướng tới mô hình kinh doanh bền vững. Nhờ đó, không chỉ gia tăng nguồn thu, các doanh nghiệp còn tạo dựng hình ảnh, thương hiệu và bền vững.

Động lực và quá trình đổi mới

Các doanh nghiệp đều tiến hành ĐMST đáp ứng nhu cầu của thị trường, khách hàng cũng như từ nhu cầu nội tại của doanh nghiệp để nâng cao hiệu quả, giảm chi phí, tăng năng lực cạnh tranh. Các doanh nghiệp quy mô nhỏ hoặc vừa (chủ yếu sản xuất giống cây trồng, mía đường, chè, mắc ca, sữa) mới chỉ dừng lại ở đổi mới sản phẩm hoặc nâng cao chất lượng sản phẩm. Những doanh nghiệp này có nhiều hạn chế về tài chính, cơ sở hạ tầng và nhân sự. Kết quả nghiên cứu này phù hợp với Freel (2000) khi đề cập đến ĐMST ở các doanh nghiệp nhỏ và vừa.

Chúng tôi sản xuất thêm trà cascara vì đây là sản phẩm có nhu cầu lớn (CF_SL).

Hàng năm chúng tôi đều đổi mới sản phẩm do các đối thủ cạnh tranh đều mạnh và cho ra nhiều sản phẩm mới. Chúng tôi chưa đủ nguồn lực để mở sang du lịch nông nghiệp. Tuy nhiên, du lịch nông nghiệp sẽ là hướng đi trong tương lai (MI_SL, CF_DL)

Ngược lại, các doanh nghiệp có quy mô lớn hơn có thể chuyển sang mô hình kinh doanh kết hợp sản xuất nông nghiệp và du lịch. Những doanh nghiệp này phải tuân thủ nghiêm ngặt các tiêu chuẩn quốc tế về nguồn nguyên liệu, điều kiện lao động và trách nhiệm xã hội. Việc kết hợp sản xuất và du lịch không chỉ mang lại lợi ích kinh tế mà còn góp phần thúc đẩy bảo tồn đa dạng sinh học và phát triển bền vững. Kết quả này phù hợp với nghiên cứu của Broccardo và cộng sự (2017) nhấn mạnh mô hình du lịch nông nghiệp có khả năng tạo ra giá trị bền vững bằng cách khai thác sự cộng hưởng giữa sản xuất nông nghiệp và du lịch.

Kết quả đổi mới

Nhóm doanh nghiệp chuyển sang mô hình kinh doanh kết hợp đạt hiệu quả kinh tế cao hơn. Doanh thu tăng từ dịch vụ du lịch, lưu trú và bán các sản phẩm nông sản tại chỗ cho du khách. Việc đón tiếp du khách giúp doanh nghiệp nâng cao hình ảnh, thương hiệu, mở rộng khách hàng. Khi khách tham gia du lịch trải nghiệm, họ biết đến các sản phẩm của doanh nghiệp nhiều hơn. Kết quả này phù hợp với Suhartanto và cộng sự, (2020) khi nhấn mạnh trải nghiệm du lịch nông nghiệp tạo ra sự gắn kết cảm xúc với thương hiệu, tăng cường lòng trung thành khách hàng và giảm chi phí marketing.

Chúng tôi đón nhiều khách nội địa và quốc tế. Khi được trải nghiệm, thưởng thức tại chỗ các sản phẩm mới, họ rất thích thú và đánh giá tích cực. Điều này

giúp giảm chi phí marketing với những sản phẩm mới (CF_SL, FO_DL).

Đối với nhóm chưa mở rộng sang dịch vụ du lịch, ĐMST chủ yếu tập trung vào đổi mới sản phẩm, một số ít đổi mới quy trình. Đổi mới sản phẩm mang loại lợi ích ổn định. Tuy nhiên, nhóm này phải đối mặt với mức độ rủi ro cao hơn do thiếu đa dạng trong kinh doanh. Họ phụ thuộc vào thị trường, phải đối phó biến động giá cả và khó tiếp cận thị trường mới nên giảm khả năng cạnh tranh bền vững (Wang & Liu, 2023).

Chúng tôi nâng cấp sản phẩm đường tinh luyện hàng năm và đối tác phản ứng tích cực với chất lượng được cải thiện (SU_SL).

Các dòng sản phẩm mới ra mắt trong hai năm gần đây của công ty đều có những phản ứng tích cực từ thị trường trong nước (TE_SL, MI_SL, CF_DL).

Triển vọng

Các doanh nghiệp thực hiện mô hình kinh doanh kết hợp giữa sản xuất nông nghiệp và du lịch cho rằng đây là mô hình kinh doanh phù hợp. Các doanh nghiệp cho rằng để thành công cần có sự liên kết với hộ dân, doanh nghiệp tổ chức tour, hợp tác xã và chính quyền địa phương. Nếu không có sự hợp tác của hộ dân thì doanh nghiệp khó tạo dựng được cảnh quan nông nghiệp trải nghiệm. Hợp tác với các bên liên quan là để vận hành mô hình du lịch nông nghiệp có chất lượng. Chính quyền địa phương cần tạo điều kiện về mặt thủ tục hành chính cũng như gửi thông điệp đến địa phương để doanh nghiệp dễ dàng tiếp cận hộ dân và hộ dân nâng cao được nhận thức về vai trò quan trọng của du lịch nông nghiệp (Wu và cộng sự, 2024).

Rất nhiều khó khăn khi liên kết với các hộ dân để làm du lịch nông nghiệp. Chúng tôi cần các hộ dân cung cấp các dịch vụ du lịch và lưu trú. Chúng tôi cần sự hỗ trợ của chính quyền địa phương để phát triển du lịch (FO_DL, CF_SL).

Các doanh nghiệp chưa triển khai du lịch tập trung duy trì ổn định sản xuất thông qua nâng cấp công nghệ, cải thiện quy trình. Các doanh nghiệp này cũng nhận thức được việc chuyển đổi để giảm thiểu rủi ro và tăng cường khả năng cạnh tranh nhưng còn nhiều hạn chế nên chưa thể triển khai ngay.

Chúng tôi sẽ mở rộng thêm du lịch trải nghiệm trong 2 năm tới. Tuy nhiên, để triển khai dịch vụ này, chúng tôi cần vốn, nhân lực và sự hỗ trợ của chính quyền địa phương (SE)

Kết luận

Nghiên cứu này khẳng định các doanh nghiệp có thể tận dụng các tài nguyên đặc thù của địa phương về cảnh quan nông nghiệp, văn hóa địa phương và sản phẩm truyền thống để ĐMST. Bằng cách chuyển sang mô hình kinh doanh kết hợp sản xuất nông nghiệp và du lịch, các doanh nghiệp có thể tạo thêm nguồn thu, khai thác giá trị cộng hưởng của sản xuất nông nghiệp và kinh doanh du lịch. Nghiên cứu còn khẳng định ĐMST của doanh nghiệp góp phần bảo tồn văn hóa và môi trường hướng đến phát triển bền vững tại các vùng nông thôn.

Nghiên cứu có một số đóng góp về mặt thực tiễn. Nghiên cứu làm rõ điều kiện để doanh nghiệp nông nghiệp tại tỉnh Sơn La, Đắc Lắk và các vùng nông thôn tương tự triển khai mô hình kinh doanh kết hợp. Đó là cần củng cố liên kết với hộ dân và các bên liên quan như hợp tác xã, doanh nghiệp tổ chức tour, chính quyền địa phương và cần đào tạo nhân sự chuyên về du lịch. Nghiên cứu đề xuất chính sách cho chính quyền địa phương trong việc hỗ trợ vốn, thủ tục đất đai, tổ chức hội chợ xúc tiến để thúc đẩy doanh nghiệp ĐMST với mô hình kết hợp. Đồng thời khuyến khích hợp tác công-tư, thu hút đầu tư từ doanh nghiệp để phát triển các điểm đến nông nghiệp chất lượng cao, đảm bảo cân bằng giữa lợi ích kinh tế, môi trường và giữ gìn bản sắc văn hóa.

Bài viết có một số những hạn chế. Một là, nghiên cứu dựa vào phỏng vấn sâu và chưa có dữ liệu định lượng để đo lường mức độ tác động. Hai là, nghiên cứu chưa đi sâu phân tích các yếu tố khác có thể tác động tới việc ĐMST của doanh nghiệp nông nghiệp như cạnh tranh trên thị trường, biến đổi khí hậu, hội nhập quốc tế... Đây là những khía cạnh các nghiên cứu trong tương lai có thể tập trung phân tích.

Tài liệu tham khảo:

Arroyo, C. G., Barbieri, C., & Rich, S. R. (2013). Defining agritourism: A comparative study of stakeholders' perceptions in Missouri and North Carolina. Tourism Management, 37, 39-47.

Barbieri, C., Sotomayor, S., & Aguilar, F. X. (2019). Perceived benefits of agricultural lands offering agritourism. Tourism Planning & Development, 16(1), 43-60.

Broccardo, L., Culasso, F., & Truant, E. (2017). Unlocking value creation using an agritourism business model. Sustainability, 9(9), Article 1618.

Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2016). Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches. Sage publications.

DCST. (2017). Tiềm năng du lịch Sơn La. https://vhttdl.sonla.gov.vn/tong-hop-van-hoa/tiem-nang-du-lich-son-la-420806 (Accessed December 12, 2025).

Eurostat. (2018). The Measurement of Scientific, Technological and Innovation Activities Oslo Manual 2018 Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation: Guidelines for Collecting, Reporting and Using Data on Innovation. OECD publishing.

Freel, M. S. (2000). Barriers to product innovation in small manufacturing firms. International Small Business Journal, 18(2), 60-80.

Gray, E., & Jones, D. (2022). Innovation, agricultural productivity and sustainability in Viet Nam.

Kalna-Dubinyuk, T., & Dubinyuk, Y. (2025). Agritourism in the world and its prospects for the United States (Working Paper 25-WP 672). Center for Agricultural and Rural Development, Iowa State University.

Kotko, Y., Levkina, R., Kulinich, O., & Levkin, D. (2026). Innovative potential in ensuring sustainable development of the enterprise. In Data-centric business and applications: Modern trends in financial and innovation data processes 2025 (Vol. 1, pp. 1-?). [Publisher not specified in source].

Phillip, S., Hunter, C., & Blackstock, K. (2010). A typology for defining agritourism. Tourism Management, 31(6), 754-758.

Piras, F., & Pedes, F. (2025). The impact of socio-economic factors on the development of rural tourism: Italian case based on a regional analysis. Tourism and Hospitality, 6(1), 3.

Schumpeter, J. A. (1934). The theory of economic development: An inquiry into profits, capital, credit, interest, and the business cycle. Harvard University Press.

Suhartanto, D., Dean, D., Chen, B. T., & Kusdibyo, L. (2020). Tourist experience with agritourism attractions: What leads to loyalty? Tourism Recreation Research, 45(3), 364-375. Tomashuk, I. (2023). Competitiveness of agricultural enterprises in market conditions and ways of its increase. Green, Blue and Digital Economy Journal, 4(1), 64-81.

Wang, Z., & Liu, H. (2023). Can export market diversification mitigate agricultural export volatility? A trade network perspective. Emerging Markets Finance and Trade, 59(7), 2234-2251.

Wen-Ta, K., & Tsai, C.F. (2025). Innovative pathways for agritourism development: Trends, challenges, and opportunities. Pakistan Journal of Life & Social Sciences, 23(1), 2741-2761.

Wu, T. C. E., Chen, C. P., Hsu, A. Y. C., & Wall, G. (2024). Farm diversification through agritourism: Innovation synergies. International Food and Agribusiness Management Review, 27(3), 509-525.

Yang, M., Wen, J., Jiao, M., & Xiao, L. (2025). The impact of integrating agriculture and tourism on poverty reduction in China's ethnic minority areas. Journal of International Development, 37(5), 1082-1103.