



TOURIST BEHAVIOR IN AGRITOURISM: A BIBLIOMETRIC APPROACH

Dang Huu Thoai^{1,2*}, Nguyen Quoc Cuong³, Ho Thi Thuy Nga⁴¹School of Hospitality and Tourism, Hue University, Vietnam²University of Finance - Marketing, Vietnam³Industrial University of Ho Chi Minh City, Vietnam⁴The University of Economics, Hue University, Vietnam

ARTICLE INFO	ABSTRACT
DOI: 10.52932/jfmr.v16i5.884 <i>Received:</i> April 11, 2025 <i>Accepted:</i> June 05, 2025 <i>Published:</i> October 25, 2025 Keywords: Agritourism; Behavioral intention; Bibliometric analysis; Tourists. JEL codes: L83, Q26, D91	Agritourism has been growing strongly worldwide, contributing to the preservation of agricultural heritage while meeting tourists' needs for sightseeing, learning, and recreation. To date, a substantial body of research on agritourism has been conducted. However, there are very few studies that systematically review the literature on tourist behavior in agritourism. This study aims to fill this gap by synthesizing the research process on tourist behavior in agritourism, identifying prominent authors and works, and analyzing key research themes through thematic clustering. Using bibliometric analysis and the VOSViewer tool, the findings indicate that the first publication on tourist behavior in agritourism emerged in 2010. However, the number of new studies increased significantly in 2019 and has continued to attract scholarly attention in recent years. Nine research clusters on tourist behavior in agritourism were identified, highlighting key topics such as travel motivation, tourist experience, satisfaction, loyalty, and environmental factors. The study's findings provide valuable insights for future research directions in the field of agritourism.

*Corresponding author:

Email: dhthoai.dl24@hueuni.edu.vn



HÀNH VI CỦA DU KHÁCH TRONG DU LỊCH NÔNG NGHIỆP: TIẾP CẬN BẰNG PHƯƠNG PHÁP TRẮC LƯỢNG THƯ MỤC

Đặng Hữu Thoại^{1,2*}, Nguyễn Quốc Cường³, Hồ Thị Thúy Nga⁴

¹Trường Du lịch, Đại học Huế (Nghiên cứu sinh)

²Trường Đại học Tài chính - Marketing

³Trường Đại học Công nghiệp Thành phố Hồ Chí Minh

⁴Trường Đại học Kinh tế, Đại học Huế

THÔNG TIN	TÓM TẮT
DOI: 10.52932/jfmr.v16i5.884 Ngày nhận bài: 11/04/2025 Ngày chấp nhận: 05/06/2025 Ngày đăng: 25/10/2025 Từ khóa: Du lịch nông nghiệp; Khách du lịch; Trắc lượng thư mục; Ý định hành vi. Mã JEL: L83, Q26, D91	Du lịch nông nghiệp ngày càng phát triển mạnh mẽ trên toàn cầu, góp phần duy trì di sản nông nghiệp, đồng thời đáp ứng nhu cầu tham quan, học tập, giải trí của khách du lịch. Cho đến nay, một lượng lớn nghiên cứu về du lịch nông nghiệp đã được thực hiện. Tuy nhiên, có rất ít các nghiên cứu hệ thống hóa các tài liệu trong chủ đề về hành vi của du khách trong du lịch nông nghiệp. Nghiên cứu này nhằm lấp đầy khoảng trống nêu trên bằng cách tập trung vào việc khái quát quá trình nghiên cứu về hành vi của du khách trong du lịch nông nghiệp, mô tả các tác giả, tác phẩm nổi bật và các nội dung nghiên cứu chính dựa trên phân tích cụm chủ đề. Bằng phương pháp trắc lượng thư mục và sự hỗ trợ của công cụ VOSViewer, kết quả nghiên cứu cho thấy xuất bản đầu tiên về hành vi của du khách trong du lịch nông nghiệp được thực hiện vào năm 2010, tuy nhiên đến năm 2019, số lượng nghiên cứu mới tăng lên đáng kể và duy trì sự chú ý từ các học giả trong những năm gần đây. Chín cụm chủ đề nghiên cứu về hành vi của du khách trong du lịch nông nghiệp đã được tìm thấy, trong đó nhấn mạnh vào các nội dung như trải nghiệm du lịch nông nghiệp; chất lượng; động lực du lịch; sự hấp dẫn điểm đến; hình ảnh điểm đến; đồng sáng tạo giá trị; kinh tế du lịch nông nghiệp và sự hài lòng. Kết quả nghiên cứu có thể mang lại ý nghĩa quan trọng trong việc mở ra các định hướng nghiên cứu tương lai đối với chủ đề du lịch nông nghiệp.

1. Giới thiệu

Những thay đổi đáng kể trong cơ cấu kinh tế của các quốc gia đã ảnh hưởng đến ngành

nông nghiệp, cũng như áp lực cạnh tranh ngày càng tăng, đã khiến những người nông dân nhỏ phải khám phá tính khả thi của các chiến lược kinh tế bổ sung trong nỗ lực bảo tồn các sáng kiến kinh doanh của họ (Ciolac và cộng sự, 2019). Cụ thể, những người nông dân liên tục tìm kiếm những cách mới để kinh doanh nhằm

*Tác giả liên hệ:

Email: dhthoai.dl24@hueuni.edu.vn

tăng lợi thế cạnh tranh trên thị trường toàn cầu, cải thiện nguồn thu nhập, mở rộng hoạt động của các trang trại, sử dụng các sản phẩm nông nghiệp theo những cách mới và sáng tạo, đồng thời phát triển các phân khúc khách hàng mới. Du lịch nông nghiệp ngày càng được coi là một chiến lược đa dạng hóa cho các doanh nhân nông nghiệp và là một hình thức hỗ trợ cho nền kinh tế nông thôn (Sonnino, 2004). Trên thực tế, các chính sách nông nghiệp của các quốc gia đã dẫn đến sự định hướng lại từ mô hình nông nghiệp sản xuất sang các mô hình kinh doanh phức tạp hơn, trong đó nổi bật là mô hình du lịch nông nghiệp (Karabati và cộng sự, 2009). Các nhà nghiên cứu cho rằng du lịch nông nghiệp nên được coi là một chiến lược bền vững bởi vì nó thúc đẩy việc bảo tồn môi trường nông thôn, đồng thời đóng vai trò quan trọng trong phát triển kinh tế, góp phần giảm thiểu tỷ lệ thất nghiệp, mở rộng thị trường cho các sản phẩm nông nghiệp và thủ công, tạo ra nhiều việc làm mới (Renfors, 2021). Ngoài ra, sự phát triển của du lịch còn thúc đẩy đầu tư vào cơ sở hạ tầng địa phương, bao gồm bảo vệ môi trường, giải trí, thể thao, dịch vụ bán lẻ, ăn uống và nhiều tiện ích khác phục vụ du khách (Roman & Grudzień, 2021).

Sự phát triển nhanh chóng của du lịch nông nghiệp (DLNN) trong thực tiễn kéo theo sự chú ý đáng kể trong nghiên cứu học thuật. Các học giả từ nhiều góc độ khác nhau đều đồng ý rằng, du lịch nông nghiệp có thể là công cụ phù hợp để cân bằng nhu cầu của khách du lịch nông thôn với nhu cầu của cộng đồng nông thôn (Hoang & Trinh, 2025), mang lại cơ hội thực sự cho phát triển kinh tế và xã hội trong khi giảm thiểu những tác động không mong muốn đến môi trường và các khía cạnh văn hóa xã hội khác (Ammirato & Felicetti, 2014; Turnock, 1999). Tuy nhiên, đáng tiếc rằng phần lớn các nghiên cứu trước đây chủ yếu tập trung vào khía cạnh cung cấp dịch vụ du lịch nông nghiệp, bao gồm sự phát triển của các trang trại du lịch và yếu tố quản lý (Tew & Barbieri, 2012; Ollenburg & Buckley, 2007). Trong khi đó, quan điểm từ phía cầu, tức là động cơ, mong đợi và hành vi của du khách, vẫn chưa được nghiên cứu đầy

đủ (McIntosh & Bonnemann, 2006). Điều này tạo ra khoảng trống quan trọng cần được khai thác. Bên cạnh đó, một số nghiên cứu gần đây như (Ndhlovu & Dube, 2024; Rauniyar và cộng sự, 2020) đã sử dụng phương pháp trắc lượng thư mục để đánh giá xu hướng nghiên cứu trong du lịch nông nghiệp. Tuy nhiên, các nghiên cứu này chủ yếu tập trung vào tổng quan ngành, chưa đi sâu vào hành vi du khách, một chủ đề đóng vai trò then chốt trong việc phát triển sản phẩm du lịch và chiến lược tiếp thị. Do đó, nghiên cứu này tiếp cận ở mức độ chuyên biệt hơn, nhằm tổng hợp và phân tích cụ thể các yếu tố tác động đến hành vi du khách, từ đó đề xuất hướng nghiên cứu bền vững. Bằng phương pháp phân tích trắc lượng thư mục với sự hỗ trợ của VOSViewer, nghiên cứu không chỉ xác định các cụm chủ đề chính và tác giả có ảnh hưởng mà còn đề xuất các hướng phát triển mới, góp phần nâng cao trải nghiệm du lịch nông nghiệp và thúc đẩy sự phát triển bền vững trong lĩnh vực này.

2. Cơ sở lý thuyết

Du lịch nông nghiệp thường được xem là một phần của du lịch nông thôn, gắn liền với các hoạt động giải trí trên trang trại, đáp ứng nhu cầu du lịch theo mùa hoặc quanh năm (Roman & Kawęcki, 2024). Nhiều nghiên cứu xác định du lịch nông nghiệp như một hình thức trung gian giữa du lịch nông thôn và du lịch trang trại, là hoạt động kinh tế phi nông nghiệp do các hộ nông dân tổ chức nhằm thu hút du khách đến tham quan và trải nghiệm. Các dịch vụ trong du lịch nông nghiệp bao gồm lưu trú, ẩm thực, và cung cấp các sản phẩm nông nghiệp tươi sống trực tiếp từ trang trại (Dragulanescu & Drutu, 2012). Du lịch nông nghiệp là mối quan hệ cộng sinh giữa du lịch và nông nghiệp, khai thác những dịch vụ độc đáo của cộng đồng nông thôn có nền nông nghiệp phát triển. Hình thức du lịch này thường đi kèm với các hoạt động giải trí tích cực, chẳng hạn như trải nghiệm công việc trang trại và thưởng thức thực phẩm sạch. Du lịch nông nghiệp có thể tổ chức theo hình thức cá nhân hoặc theo

nhóm, mang lại lợi ích không chỉ về mặt giải trí mà còn về mặt tâm lý và giáo dục, đặc biệt đối với giới trẻ khi họ được tham gia trực tiếp vào các hoạt động sản xuất nông nghiệp. Bên cạnh đó, du lịch nông nghiệp còn đóng vai trò là động lực thúc đẩy phát triển kinh tế địa phương, tạo thêm việc làm cho người dân nông thôn (Ammirato và cộng sự, 2020).

Một điểm quan trọng cần lưu ý là du lịch nông nghiệp không đồng nghĩa với du lịch nông thôn, mà là một nhánh cụ thể hơn của loại hình du lịch này (Nilsson, 2002; Clarke, 1999). Nông nghiệp trong bối cảnh này được hiểu là các hoạt động chăn nuôi và trồng trọt, bao gồm cả canh tác đất đai để sản xuất thực phẩm và hàng hóa nông nghiệp (Phillip và cộng sự, 2010). Định nghĩa này giúp phân biệt rõ ràng giữa những hoạt động liên quan đến trang trại nhưng không thuộc về nông nghiệp. Theo Sharpley và Sharpley (1997), một hoạt động được coi là du lịch nông nghiệp cần có sự liên kết trực tiếp giữa hoạt động du lịch và môi trường nông nghiệp. Sự tiếp xúc của du khách với các hoạt động nông nghiệp đóng vai trò quan trọng trong DLNN.

Phillip và cộng sự (2010) đề xuất rằng, mức độ tiếp xúc của khách du lịch với hoạt động nông nghiệp có thể chia thành ba loại: trực tiếp, gián tiếp và thụ động. Tiếp xúc trực tiếp thể hiện qua việc khách tham gia vào các hoạt động nông nghiệp cụ thể, chẳng hạn như thu hoạch mùa màng. Tiếp xúc gián tiếp xảy ra khi khách có sự kết nối thứ cấp với hoạt động nông nghiệp thông qua việc tiếp xúc với sản phẩm nông nghiệp, như chế biến thực phẩm hoặc tiêu thụ nông sản tại chỗ. Trong khi đó, tiếp xúc thụ động chỉ đơn thuần là việc các hoạt động du lịch diễn ra trên địa điểm trang trại mà không có sự gắn kết thực sự với sản xuất nông nghiệp, ví dụ như tổ chức các hoạt động ngoài trời trong khuôn viên trang trại. Như vậy, du lịch nông nghiệp không chỉ mang lại lợi ích kinh tế cho cộng đồng địa phương mà còn đóng vai trò quan trọng trong việc bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa-nông nghiệp truyền thống, tạo nên những trải nghiệm du lịch độc đáo và bền vững.

Từ các khái niệm trên, có thể hiểu rằng DLNN là một hình thức du lịch gắn liền với hoạt động sản xuất nông nghiệp, thường được xem là nhánh cụ thể của du lịch nông thôn. DLNN bao gồm các hoạt động giải trí tại trang trại như tham quan, lưu trú, thưởng thức ẩm thực địa phương, và trải nghiệm canh tác nông nghiệp. Đây là hoạt động kinh tế phi nông nghiệp do nông hộ tổ chức nhằm thu hút du khách, đồng thời tạo ra mối quan hệ cộng sinh giữa du lịch và nông nghiệp. DLNN không chỉ mang lại lợi ích kinh tế, tạo việc làm cho người dân nông thôn, mà còn góp phần bảo tồn giá trị văn hóa - nông nghiệp truyền thống và cung cấp trải nghiệm du lịch giáo dục cho du khách.

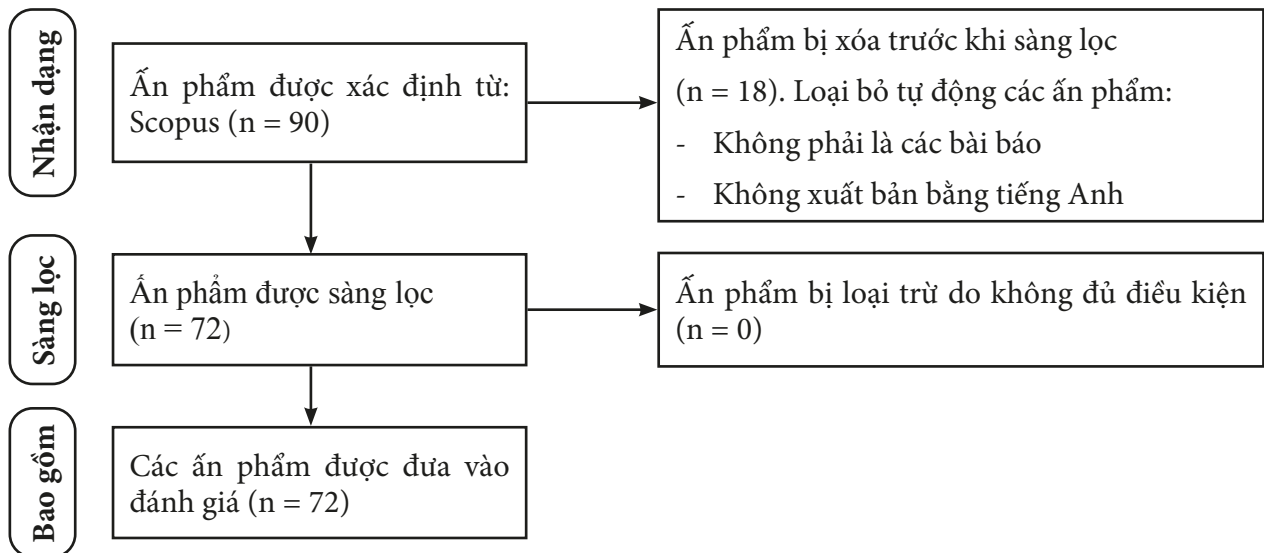
3. Phương pháp nghiên cứu

Đánh giá tài liệu bằng phương pháp trắc lượng thư mục ngày càng trở nên nổi bật do ưu điểm của phương pháp này trong việc lập bản đồ kiến thức một cách thống nhất và mạch lạc (Marzi và cộng sự, 2024; Donthu và cộng sự, 2021). Vì vậy, nghiên cứu này áp dụng phân tích trắc lượng thư mục nhằm hệ thống hóa các tài liệu nghiên cứu về du lịch nông nghiệp và hành vi của du khách trong loại hình du lịch này. Quy trình nghiên cứu được thực hiện theo các giai đoạn: (1) xác định mục tiêu nghiên cứu; (2) thu thập dữ liệu; (3) phân tích kết quả.

Đối với việc thu thập dữ liệu, nghiên cứu xác định cơ sở dữ liệu chính là Scopus bởi vì đây là cơ sở dữ liệu lớn, ở đa dạng các lĩnh vực, có độ uy tín cao (Marzi và cộng sự, 2024). Việc tìm kiếm tài liệu được thực hiện với các từ khóa thể hiện loại hình du lịch nông nghiệp, hành vi và khách du lịch. Một tập hợp các từ khóa bằng tiếng Anh được sử dụng bao gồm: (1) từ khóa về du lịch nông nghiệp: agritourism/du lịch nông nghiệp, agricultural tourism/du lịch nông nghiệp; (2) từ khóa về hành vi: behavior-behaviour/hành vi, intention/ý định, choice/lựa chọn, loyalty/lòng trung thành, visit/thăm, revisit/thăm lại; (3) từ khóa về khách du lịch: visitor, tourist, traveler/khách du lịch, customer/khách hàng.

Việc tìm kiếm được thực hiện với chuỗi tìm kiếm các từ khóa nêu trên bằng cách kết hợp với các từ OR, AND theo thuật toán Boolean. Phạm vi tìm kiếm thuộc tiêu đề, từ khóa, và tóm tắt từ các bài báo. Nghiên cứu không giới hạn thời gian tìm kiếm, tuy nhiên giới hạn dữ liệu chỉ bao gồm các

bài báo và xuất bản bằng ngôn ngữ tiếng Anh. Kết quả của quá trình tìm kiếm xác định được 72 tài liệu phù hợp cho chủ đề nghiên cứu (xem Hình 1). Nghiên cứu sử dụng công cụ VOSviewer và excel để lập bản đồ khoa học và xác định các xu hướng nghiên cứu chủ yếu.



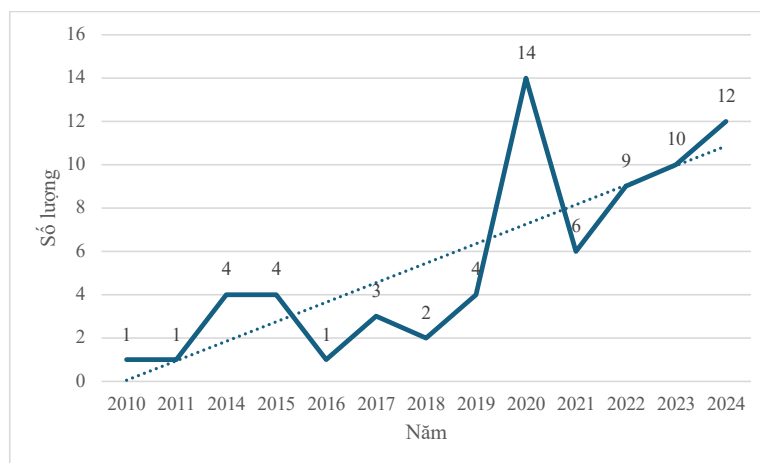
Hình 1. Quy trình tìm kiếm dữ liệu

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Xu hướng xuất bản theo thời gian

Dựa trên biểu đồ xu hướng, nghiên cứu về du lịch nông nghiệp và hành vi của du khách có sự gia tăng đáng kể từ năm 2019. Trước đó, số lượng nghiên cứu khá thấp và dao động không

ổn định. Từ năm 2020, nghiên cứu trong lĩnh vực này tăng vọt, đạt đỉnh vào năm 2020 với 14 bài báo. Dù có sự sụt giảm vào năm 2021, xu hướng chung vẫn tiếp tục tăng từ năm 2022 đến 2024. Điều này cho thấy sự quan tâm ngày càng lớn đối với du lịch nông nghiệp, đặc biệt trong bối cảnh phát triển bền vững và các hành vi xanh của du khách.



Hình 2. Xu hướng xuất bản

4.2. Tác phẩm ảnh hưởng nhất

Bảng 1 trình bày dữ liệu về 10 bài báo có ảnh hưởng nhất trong lĩnh vực du lịch nông nghiệp và hành vi của du khách. Theo đó, bài báo có số trích dẫn cao nhất có tựa đề “Social interactions and intentions to revisit for agritourism service encounters” với 158 trích dẫn. Bài báo này nhấn mạnh vai trò của tương tác xã hội đối với ý định quay lại của du khách, điều này gợi ý rằng, mối quan hệ giữa khách du lịch và nhà cung cấp dịch vụ đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao trải nghiệm và lòng trung thành (Choo & Petrick, 2014). Nghiên cứu có ảnh hưởng tiếp theo tập trung vào đồng sáng tạo giá trị trong du lịch nông nghiệp với tựa đề “Considering the role of agritourism co-creation from a service-dominant logic perspective”. Nghiên cứu này đạt 59 trích dẫn (Liang, 2017). Ở vị trí thứ ba, bài báo “The Influence of Agritourism Experiences on Consumer Behavior toward Local Food” nhấn mạnh về tác động của trải nghiệm du lịch đến thói quen tiêu dùng thực phẩm với 58 trích dẫn (Brune và cộng sự, 2021).

Một số nghiên cứu có ảnh hưởng khác chỉ ra rằng du lịch nông nghiệp đang có sự dịch chuyển, từ xu hướng trải nghiệm ngoài trời đến cá nhân hóa và gắn kết với thiên nhiên nhiều hơn (Wojcieszak-Zbierska và cộng sự, 2020). Các nghiên cứu cũng nhấn mạnh về động lực du lịch, lòng trung thành và sự phát triển bền vững liên quan đến hành vi của du khách (*xem Phụ lục 1 online*).

4.3. Tác giả nổi tiếng nhất

Dữ liệu về các tác giả có ảnh hưởng nhất trong nghiên cứu du lịch nông nghiệp và hành vi du khách cho thấy sự đóng góp quan trọng của nhiều nhà nghiên cứu đối với lĩnh vực này. Dựa trên số lượng trích dẫn, số bài báo và mức độ kết nối học thuật, hai tác giả có ảnh hưởng lớn nhất là Choo, Hyungsuk và Petrick, James F., với 178 trích dẫn từ 2 bài báo, tập trung vào nghiên cứu về trải nghiệm du khách và lòng trung thành trong du lịch nông nghiệp. Các nghiên cứu này nhấn mạnh tác động của tương tác xã hội đến mức độ hài lòng và khả năng quay

lại của du khách, cung cấp cơ sở quan trọng cho các chiến lược phát triển điểm đến du lịch nông nghiệp (Choo & Petrick, 2014, 2015). Barbieri, Carla là tác giả tiếp theo có những đóng góp đáng kể về tác động kinh tế - xã hội của du lịch nông nghiệp, đặc biệt trong việc phát triển bền vững và bảo tồn văn hóa nông thôn khi có đóng góp trong 2 bài báo và đạt 99 trích dẫn (Brune và cộng sự, 2021; Sotomayor và cộng sự, 2014). Suhartanto, Dwi là tác giả đứng thứ ba với 95 trích dẫn trong 2 bài báo tập trung vào mối quan hệ giữa chất lượng dịch vụ, sự hài lòng và lòng trung thành của khách hàng trong du lịch nông thôn (Leo và cộng sự, 2021; Suhartanto và cộng sự, 2020). Ngoài ra, một số tác giả khác cũng có sức ảnh hưởng quan trọng trong chủ đề, chẳng hạn như Liang, Austin Rong-Da với 86 trích dẫn trong 2 bài báo, nhấn mạnh vai trò của đồng sáng tạo giá trị và đề xuất rằng sự tham gia của du khách vào các hoạt động nông trại có thể nâng cao trải nghiệm và sự hài lòng. Ba tác giả Wojcieszak-Zbierska, Monika Małgorzata, Jęczyk, Anna và Uglis, Jarosław đều có 66 trích dẫn, tập trung vào tác động của COVID-19 đối với hành vi du khách cho thấy, xu hướng tìm kiếm những trải nghiệm du lịch an toàn, ngoài trời và gắn kết với thiên nhiên trong và sau đại dịch. Ngoài ra, Shen, Ching-Cheng là tác giả đạt năng suất cao nhất khi có số lượng bài báo nhiều nhất (6 bài báo với 63 trích dẫn) nội dung liên quan đến trải nghiệm khách hàng, lòng trung thành và tác động kinh tế của du lịch nông nghiệp. Nhìn chung, các tác giả hàng đầu trong lĩnh vực này đã đóng góp những nghiên cứu quan trọng, giúp định hình hiểu biết về hành vi du khách trong du lịch nông nghiệp, đồng thời cung cấp cơ sở khoa học cho việc phát triển các mô hình quản lý bền vững và chiến lược tiếp thị hiệu quả (*xem Phụ lục 2 online*).

4.4. Tạp chí nổi bật trong xuất bản

Các tạp chí có ảnh hưởng nhất trong nghiên cứu du lịch nông nghiệp và hành vi du khách được thể hiện thông qua số trích dẫn, số lượng bài báo được xuất bản và các liên kết học thuật (*xem Phụ lục 3 online*). Theo đó, Tourism

Management là tạp chí có sức ảnh hưởng lớn nhất, với 271 trích dẫn từ 3 bài báo và 16 liên kết học thuật, khẳng định vị thế hàng đầu trong nghiên cứu về quản lý du lịch, trải nghiệm du khách và các chiến lược phát triển điểm đến. Tiếp theo, Sustainability (Switzerland) có 125 trích dẫn từ 7 bài báo. Agriculture (Switzerland) đứng vị trí thứ ba với 85 trích dẫn, 6 bài báo. Các tạp chí chuyên sâu về du lịch và tiếp thị du lịch như Journal of Vacation Marketing với 73 trích dẫn, 2 bài báo và Journal of Travel Research (72 trích dẫn, 2 bài báo) tập trung vào hành vi du khách, động lực tham gia du lịch nông nghiệp và các chiến lược tiếp thị điểm đến, đóng góp quan trọng vào hiểu biết về nhu cầu và mong đợi của du khách. Hai tạp chí Current Issues in Tourism (52 trích dẫn, 1 bài báo) và Tourism Review (47 trích dẫn, 3 bài báo) cũng có những đóng góp đáng kể trong nghiên cứu về các xu hướng mới trong du lịch nông nghiệp, đặc biệt là tác động của đại dịch COVID-19 và sự thay đổi trong hành vi du khách.

Ngoài ra, một số tạp chí liên quan đến môi trường và địa lý như Environmental Management (41 trích dẫn, 1 bài báo) và Journal of Cultural Geography (40 trích dẫn, 1 bài báo) cho thấy mối quan hệ giữa du lịch nông nghiệp, quản lý tài nguyên thiên nhiên và bảo tồn văn hóa địa phương. Sự hiện diện của những tạp chí này nhấn mạnh rằng, du lịch nông nghiệp không chỉ là một lĩnh vực kinh tế mà còn có ảnh hưởng sâu rộng đến môi trường, văn hóa và phát triển bền vững. Nhìn chung, các tạp chí trong danh sách đã đóng góp quan trọng vào sự phát triển của lĩnh vực này, cung cấp nền tảng học thuật vững chắc cho các nhà nghiên cứu và nhà quản lý du lịch trong việc xây dựng chiến lược phát triển du lịch nông nghiệp theo hướng bền vững và hiệu quả.

4.5. Các quốc gia nổi bật trong nghiên cứu

Các quốc gia nổi bật trong nghiên cứu về du lịch nông nghiệp và hành vi du khách được thể hiện thông qua số lượt trích dẫn, số bài báo được xuất bản và số liên kết, phản ánh sự phân bố địa lý của các công trình nghiên cứu

quan trọng trong lĩnh vực này (*xem Phụ lục 4 online*). Hoa Kỳ dẫn đầu với 473 trích dẫn từ 14 bài báo và 19 liên kết, cho thấy sự ảnh hưởng lớn của các nghiên cứu tại quốc gia này. Các bài báo từ Hoa Kỳ thường tập trung vào quản lý du lịch nông nghiệp, hành vi du khách, tác động kinh tế và phát triển bền vững, với sự tham gia của nhiều nhà nghiên cứu hàng đầu. Đài Loan đứng thứ hai, với 227 trích dẫn từ 12 bài báo và 8 liên kết, phản ánh sự quan tâm ngày càng cao đối với mô hình du lịch nông nghiệp kết hợp đổi mới sáng tạo và công nghệ số. Ý (142 trích dẫn, 10 bài báo, 7 liên kết) cũng có sự đóng góp lớn, đặc biệt trong các nghiên cứu về du lịch nông nghiệp gắn với di sản văn hóa và phát triển nông thôn bền vững, do đây là một trong những quốc gia có ngành du lịch nông nghiệp phát triển mạnh mẽ.

Các quốc gia Đông Nam Á như Indonesia (98 trích dẫn, 3 bài báo, 7 liên kết) và Việt Nam (49 trích dẫn, 6 bài báo, 3 liên kết) đang dần khẳng định vị thế trong lĩnh vực này. Indonesia có số lượng trích dẫn khá cao mặc dù số bài báo còn hạn chế, cho thấy sự tập trung vào các nghiên cứu có tính ảnh hưởng lớn, đặc biệt là trong phát triển mô hình du lịch nông nghiệp cộng đồng. Trong khi đó, Việt Nam với 6 bài báo được trích dẫn 49 lần thể hiện sự quan tâm ngày càng tăng đối với du lịch nông nghiệp và phát triển du lịch bền vững trong bối cảnh nông thôn.

New Zealand (95 trích dẫn, 2 bài báo, 7 liên kết) có mức trích dẫn cao so với số bài báo, phản ánh sự đóng góp quan trọng của các nghiên cứu về du lịch nông nghiệp kết hợp với quản lý tài nguyên thiên nhiên và sinh thái. Trung Quốc (83 trích dẫn, 10 bài báo, 2 liên kết) có số lượng bài báo cao nhưng số trích dẫn không quá nổi bật, cho thấy mức độ tác động học thuật còn chưa sâu rộng so với các quốc gia khác. Ba Lan, Ấn Độ và Hy Lạp nằm ở nhóm cuối danh sách với số lượng bài báo và trích dẫn thấp hơn, nhưng vẫn có đóng góp đáng kể trong các nghiên cứu về sự thay đổi hành vi du khách sau COVID-19 và tiềm năng phát triển du lịch nông nghiệp trong từng khu vực địa phương.

Nhìn chung, các quốc gia dẫn đầu như Mỹ, Đài Loan, Ý và Indonesia đã tạo ra những nghiên cứu có ảnh hưởng lớn, định hình xu hướng phát triển du lịch nông nghiệp trên thế giới. Sự tham gia của các quốc gia châu Á, bao gồm Việt Nam, Trung Quốc và Đài Loan, cũng phản ánh sự quan tâm ngày càng lớn đối với mô hình du lịch nông nghiệp trong bối cảnh kinh tế và xã hội hiện đại.

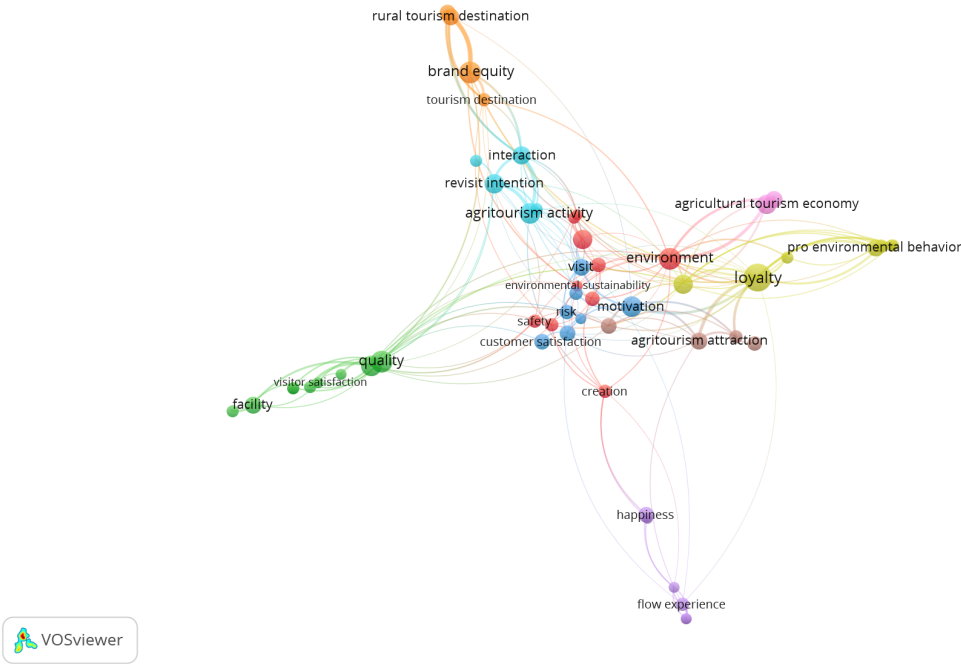
4.6. *Cụm chủ đề nghiên cứu*

Nghiên cứu tiến hành phân tích cụm từ khóa, kỹ thuật đếm đầy đủ từ tiêu đề và tóm tắt. Số lần xuất hiện tối thiểu của cụm từ là 3 lần, với tổng số cụm từ là 288, số lượng từ khóa được chọn 173 (chiếm 60%), các tác giả sau đó lọc bỏ một số cụm từ không thể hiện nội dung chính của bài báo, ví dụ tên các khu vực địa lý, phương pháp nghiên cứu... nhằm đảm bảo các từ khóa tập trung vào nội dung chính, cuối cùng 54 từ khóa được lựa chọn và xuất hiện 9 cụm chủ đề (Bảng 1).

Bảng 1. Các cụm chủ đề chính

Tên cụm	Từ khóa	Nội dung chính	Bài báo tiêu biểu
Cụm 1 – Màu đỏ	Agriourism experience (trải nghiệm DLNN), attractiveness (sự hấp dẫn), creation (sự sáng tạo), authenticity (tính xác thực), enviromnent (môi trường), lifestyle (phong cách sống), return visit (viếng thăm lại)	Sự trải nghiệm DLNN, tính xác thực, sự hấp dẫn điểm đến ảnh hưởng đến sự hài lòng, hình ảnh điểm đến và sự quay lại viếng thăm của du khách đối với DLNN	Nguyen và Nguyen, (2024), Andrinós và cộng sự (2022), Tenie và Fintíneru (2020)
Cụm 2 – Màu xanh lá cây	Quality (chất lượng), facility (cơ sở vật chất), price (giá cả), consumer expenditure (chi phí khách hàng), overall service quality (chất lượng dịch vụ tổng thể), visitor satisfacion (sự hài lòng khách du lịch)	Vai trò quan trọng của chất lượng, giá cả, cơ sở vật chất ảnh hưởng đáng kể đến chất lượng dịch vụ tổng thể và sự hài lòng của du khách tại các điểm DLNN	Son và cộng sự (2023), Tang và cộng sự (2020), Fanelli (2020), Li và cộng sự (2019), Long và Nguyen (2018)
Cụm 3 – Màu xanh dương đậm	Motivation (động lực), intrinsic motivation (động lực nội tại), risk (rủi ro), recreation (giải trí), decision (quyết định), visit (thăm viếng), customer satisfaction (sự hài lòng của khách hàng)	Các yếu tố thuộc động lực du lịch, sự rủi ro, tính chất giải trí của điểm đến ảnh hưởng đến quyết định đến thăm cũng như sự hài lòng của du khách đối với điểm du lịch đó.	Brune và cộng sự (2021), Leo và cộng sự (2021), Sotomayor và cộng sự (2014), Baby và Kim (2024)
Cụm 4 – Màu vàng	Destination fascination (hấp dẫn điểm đến), place attachment (sự gắn bó điểm đến), place identity (sự nhận dạng điểm đến), loyalty (lòng trung thành)	Lòng trung thành của du khách chịu sự tác động của sự hấp dẫn điểm đến, sự gắn bó và nhận dạng điểm đến DLNN	Dat và cộng sự (2024), Shen và Wang (2023), Xue và Shen (2022)
Cụm 5 – Màu tím	Destination image (hình ảnh điểm đến), flow experience (trải nghiệm dòng chảy), happiness (sự hạnh phúc), nostalgic feeling (cảm giác hoài niệm, behavioral intention (ý định hành vi)	Sự tác động của trải nghiệm du lịch nông thôn, hạnh phúc, ký ức, hình ảnh điểm đến và cảm giác hoài niệm, trải nghiệm dòng chảy đến ý định hành vi của du khách.	Phung và cộng sự (2023), Zhang và cộng sự (2022), Loureiro và cộng sự (2019),

Tên cụm	Từ khóa	Nội dung chính	Bài báo tiêu biểu
Cụm 6 – Màu xanh dương nhật	Interaction (sự tương tác), social interaction (tương tác xã hội), education (giáo dục), agritourism activity (hoạt động du lịch nông nghiệp), revisit intention (thăm lại),	Nhấn mạnh vai trò của các hoạt động du lịch nông nghiệp, sự tương tác giữa du khách với cộng đồng địa phương, yếu tố giáo dục trong việc thúc đẩy ý định quay lại của du khách	Choo và Petrick (2014), Liang và cộng sự (2021), Choo và Petrick (2015),
Cụm 7 – Màu cam	Brand equity (tài sản thương hiệu), value cocreation (đồng sáng tạo giá trị), tourism destination (điểm đến du lịch),	Đồng sáng tạo giá trị đóng vai trò quan trọng trong việc xây dựng thương hiệu du lịch nông nghiệp, nâng cao sự trung thành và tạo ra lợi thế cạnh tranh bền vững cho điểm đến DLNN	Wang và Shen (2024), Zhou và Chen (2023), Liang (2017)
Cụm 8 – Màu nâu	Agritourism attraction (điểm DLNN), locavorism (chủ nghĩa địa phương), tourist experience (trải nghiệm của du khách), tourist satisfaction (sự hài lòng của du khách)	Xu hướng ưa chuộng sản phẩm địa phương tại các điểm DLNN và sự hài lòng của du khách	Suhartanto và cộng sự (2020), Dsouza và cộng sự (2023), Utama và Trimurti (2020)
Cụm 9 – Màu hồng	Agricultural tourism economy (kinh tế DLNN), environmental benefit (lợi ích môi trường).	Tầm quan trọng của khía cạnh kinh tế du lịch nông nghiệp và lợi ích môi trường trong phát triển du lịch bền vững.	Zhang (2020), Tang và cộng sự (2020)



Hình 3. Hình ảnh trực quan về cụm chủ đề

4.7. Khoảng trống nghiên cứu và đề xuất nghiên cứu

Bên cạnh những kết quả đạt được, các nghiên cứu hiện nay về du lịch nông nghiệp vẫn tồn tại nhiều khoảng trống quan trọng cần được tiếp tục khai thác trong tương lai.

Thứ nhất, ảnh hưởng của yếu tố văn hóa và địa lý đối với hành vi du khách trong du lịch nông nghiệp vẫn chưa được nghiên cứu sâu. Phần lớn các nghiên cứu hiện tại chủ yếu tập trung vào các thị trường như châu Âu, Mỹ và Trung Quốc, trong khi những khu vực như Đông Nam Á, đặc biệt là Việt Nam, chưa nhận được sự quan tâm đầy đủ. Đây là một khoảng trống đáng kể khi mà đặc điểm văn hóa, lối sống và điều kiện địa lý có thể ảnh hưởng mạnh mẽ đến động cơ, trải nghiệm và quyết định lựa chọn loại hình du lịch này. Nghiên cứu tương lai cần mở rộng phạm vi địa lý và đi sâu vào phân tích các yếu tố bản địa này.

Thứ hai, vai trò của công nghệ mới trong hành vi du lịch nông nghiệp vẫn chưa được khám phá đầy đủ. Trong bối cảnh công nghệ ngày càng phát triển, các công cụ như thực tế ảo, trí tuệ nhân tạo và các nền tảng đặt tour trực tuyến đang thay đổi cách du khách tìm kiếm thông tin, lựa chọn và trải nghiệm dịch vụ. Tuy nhiên, chưa có nhiều nghiên cứu đánh giá rõ tác động của các công nghệ này đến sự hài lòng, quyết định du lịch và khả năng quay lại điểm đến. Đây là hướng nghiên cứu tiềm năng có thể đóng góp quan trọng trong việc nâng cao chất lượng dịch vụ và trải nghiệm du lịch.

Thứ ba, tác động của các hoạt động trách nhiệm xã hội doanh nghiệp tại các trang trại du lịch đến hành vi du khách vẫn còn ít được quan tâm. Trong bối cảnh du lịch bền vững đang trở thành xu hướng toàn cầu, cần làm rõ liệu các hoạt động trách nhiệm xã hội doanh nghiệp có ảnh hưởng đến lòng trung thành, ý định quay lại, và sự sẵn sàng trả mức phí cao hơn cho các dịch vụ du lịch thân thiện với môi trường hay không. Việc nghiên cứu mối liên hệ này có thể giúp các đơn vị kinh doanh du lịch nông nghiệp xây dựng chiến lược phát triển bền vững hiệu quả hơn.

Cuối cùng, hành vi sau chuyến đi và tác động lâu dài của du lịch nông nghiệp đối với du khách vẫn là một khoảng trống nghiên cứu đáng chú ý. Phần lớn các công trình hiện nay chỉ tập trung vào giai đoạn trước và trong chuyến đi (động cơ và trải nghiệm tại điểm đến), trong khi các yếu tố hậu chuyến đi – như sự thay đổi nhận thức về môi trường, hành vi tiêu dùng xanh, hay cam kết với lối sống bền vững – lại chưa được khám phá một cách hệ thống. Đây là hướng nghiên cứu quan trọng để đánh giá hiệu quả thực sự của du lịch nông nghiệp trong việc thúc đẩy phát triển bền vững.

5. Kết luận

Nghiên cứu này được thực hiện nhằm tổng quan hệ thống các công trình học thuật về hành vi du khách trong du lịch nông nghiệp, với mục tiêu xác định tiến trình phát triển của lĩnh vực, nhận diện các tác giả, tạp chí có ảnh hưởng, khu vực nghiên cứu nổi bật và phân tích các cụm chủ đề chính. Thông qua phương pháp trắc lượng thư mục và công cụ VOSviewer, nghiên cứu đã đạt được mục tiêu đề ra khi cung cấp cái nhìn toàn diện về bức tranh tri thức hiện tại, từ đó góp phần hệ thống hóa kiến thức đang phân mảnh trong lĩnh vực này. Các kết quả phân tích cho thấy sự gia tăng mạnh mẽ về số lượng nghiên cứu kể từ năm 2019, phản ánh mối quan tâm học thuật ngày càng lớn đối với hành vi du khách trong bối cảnh phát triển du lịch nông nghiệp bền vững. Chín cụm chủ đề nghiên cứu chính được xác định, xoay quanh các yếu tố như trải nghiệm DLNN, động lực du lịch, chất lượng dịch vụ, hình ảnh điểm đến, sự hài lòng, lòng trung thành và lợi ích kinh tế DLNN, điều này cho thấy sự đa dạng và chiều sâu học thuật của lĩnh vực. Đồng thời, nghiên cứu đã xác định rõ các tác giả và tạp chí có ảnh hưởng, qua đó tạo nền tảng vững chắc cho các nhà nghiên cứu tiếp cận và mở rộng chủ đề trong tương lai.

Về mặt đóng góp học thuật, nghiên cứu không chỉ lấp đầy khoảng trống trong việc tổng hợp tri thức về hành vi du khách trong du lịch nông nghiệp, một lĩnh vực chưa được xem xét hệ thống trước đó, mà còn đề xuất những

hướng nghiên cứu tiềm năng như vai trò của công nghệ, trách nhiệm xã hội doanh nghiệp, yếu tố văn hóa và hành vi sau chuyển đi.

Mặc dù, nghiên cứu mang lại những kết quả nhất định, có ý nghĩa quan trọng cho nghiên cứu học thuật và thực tiễn. Tuy nhiên, nghiên cứu vẫn có một số hạn chế và cần được bổ sung trong các nghiên cứu trong tương lai. Nghiên cứu chỉ tìm kiếm dữ liệu trên một cơ sở dữ liệu duy nhất là Scopus, các tài liệu về du lịch nông nghiệp có thể được tìm thấy ở một

số các cơ sở dữ liệu khác, điều này giúp bổ sung cho những tài liệu còn thiếu của nghiên cứu. Bên cạnh đó, nghiên cứu cũng chỉ sử dụng các bài báo bằng tiếng Anh, bỏ qua các tài liệu không chính thức như báo cáo hội thảo, luận văn, hoặc các tài liệu chưa xuất bản rộng rãi. Các nghiên cứu trong tương lai có thể mở rộng thể loại tài liệu nhằm củng cố và bổ sung thêm cho kết quả của nghiên cứu này.

Tài liệu tham khảo

- Ammirato, S., & Felicetti, A. M. (2014). The agritourism as a means of sustainable development for rural communities: A research from the field. *The International Journal of Interdisciplinary Environmental Studies*, 8, 17–29.
- Ammirato, S., Felicetti, A. M., Raso, C., Pansera, B. A., & Violi, A. (2020). Agritourism and sustainability: What we can learn from a systematic literature review. *Sustainability*, 12(22). <https://doi.org/10.3390/su12229575>
- Andrinos, M., Metaxas, T., & Duquenne, M.-N. (2022). Experiential food tourism in Greece: The case of Central Greece. *Anatolia*, 33(3), 480–492. <https://doi.org/10.1080/13032917.2021.1969253>
- Baby, J., & Kim, D.-Y. (2024). Sustainable agritourism for farm profitability: Comprehensive evaluation of visitors' intrinsic motivation, environmental behavior, and satisfaction. *Land*, 13(9). <https://doi.org/10.3390/land13091466>
- Brune, S., Knollenberg, W., Stevenson, K. T., Barbieri, C., & Schroeder-Moreno, M. (2021). The influence of agritourism experiences on consumer behavior toward local food. *Journal of Travel Research*, 60(6), 1318–1332. <https://doi.org/10.1177/0047287520938869>
- Choo, H., & Petrick, J. F. (2014). Social interactions and intentions to revisit for agritourism service encounters. *Tourism Management*, 40, 372–381. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2013.07.011>
- Choo, H., & Petrick, J. F. (2015). The importance of travel companionship and we-intentions at tourism service encounters. *Journal of Quality Assurance in Hospitality and Tourism*, 16(1), 1–23. <https://doi.org/10.1080/1528008X.2015.966300>
- Ciolac, R., Adamov, T., Iancu, T., Popescu, G., Lile, R., Rujescu, C., & Marin, D. (2019). Agritourism-A sustainable development factor for improving the “health” of rural settlements. Case study Apuseni Mountains area. *Sustainability*, 11(5). <https://doi.org/10.3390/su11051467>
- Clarke, J. (1999). Marketing structures for farm tourism: beyond the individual provider of rural tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 7(1), 26–47. <https://doi.org/10.1080/09669589908667325>
- Dat, L. T., Wu, H. C., Li, T.-N., Huang, W.-S., Liou, G.-B., & Hsieh, C.-M. (2024). The effects of landscape fascination on subjective well-being and revisit intention: Evidence from agritourism destinations. *International Journal of Tourism Research*, 26(1). <https://doi.org/10.1002/jtr.2621>
- Donthu, N., Kumar, S., Mukherjee, D., Pandey, N., & Lim, W. M. (2021). How to conduct a bibliometric analysis: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 133, 285–296. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.04.070>
- Dragulanescu, I.-V., & Drutu, M. (2012). Rural tourism for local economic development. *International Journal of Academic Research in Accounting, Finance and Management Sciences*, 2(Special 1), 196–203.
- Dsouza, K. J., Shetty, A., Damodar, P., Shetty, A. D., & Dinesh, T. K. (2023). The assessment of locavorism through the lens of agritourism: The pursuit of tourist's ethereal experience. *Economic Research-Ekonomska Istrazivanja*, 36(2). <https://doi.org/10.1080/1331677X.2022.2147566>
- Fanelli, R. M. (2020). Examining the relationship between the price, the characteristics and the visitor evaluation of attributes of Italian farmhouses with an educational farm. *Tourism Review*, 75(5), 827–839. <https://doi.org/10.1108/TR-07-2019-0316>

- Hoang, T. P. T., & Trinh, T. H. (2025). Rural tourism development: How to attract the residents' participation? A study of the central highlands, Vietnam. *Dalat University Journal of Science*, 15(1), 122–151. [https://doi.org/10.37569/DalatUniversity.15.1.1216\(2025\)](https://doi.org/10.37569/DalatUniversity.15.1.1216(2025))
- Karabati, S., Dogan, E., Pinar, M., & Celik, L. M. (2009). Socio-economic effects of agri-tourism on local communities in Turkey: The case of Aglasun. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 10(2), 129–142. <https://doi.org/10.1080/15256480902851032>
- Kim, S., Lee, S. K., Lee, D., Jeong, J., & Moon, J. (2019). The effect of agritourism experience on consumers' future food purchase patterns. *Tourism Management*, 70, 144–152. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2018.08.003>
- Leo, G., Brien, A., Astor, Y., Najib, M., Novianti, S., Rafdinal, W., & Suhartanto, D. (2021). Attraction loyalty, destination loyalty, and motivation: Agritourist perspective. *Current Issues in Tourism*, 24(9), 1244–1256. <https://doi.org/10.1080/13683500.2020.1772207>
- Li, S., Li, C., & Li, J. (2019). Diversity of offerings and consumer's expenditure: An exploration of agritourism in China. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 24(11), 1079–1091. <https://doi.org/10.1080/10941665.2019.1665556>
- Liang, A. R.-D. (2017). Considering the role of agritourism co-creation from a service-dominant logic perspective. *Tourism Management*, 61, 354–367. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.02.002>
- Liang, A. R.-D., Hsiao, T.-Y., Chen, D.-J., & Lin, J.-H. (2021). Agritourism: experience design, activities, and revisit intention. *Tourism Review*, 76(5), 1181–1196. <https://doi.org/10.1108/TR-10-2019-0438>
- Long, N. T., & Nguyen, T.-L. (2018). Sustainable development of rural tourism in An Giang province, Vietnam. *Sustainability*, 10(4). <https://doi.org/10.3390/su10040953>
- Loureiro, S. M. C., Breazeale, M., & Radic, A. (2019). Happiness with rural experience: Exploring the role of tourist mindfulness as a moderator. *Journal of Vacation Marketing*, 25(3), 279–300. <https://doi.org/10.1177/1356766719849975>
- Marzi, G., Balzano, M., Caputo, A., & Pellegrini, M. M. (2024). Guidelines for bibliometric-systematic literature reviews: 10 steps to combine analysis, synthesis and theory development. *International Journal of Management Reviews*, 27(1), 81–103. <https://doi.org/10.1111/ijmr.12381>
- McIntosh, A. J., & Bonnemann, S. M. (2006). Willing workers on organic farms (WWOOF): The alternative farm stay experience? *Journal of Sustainable Tourism*, 14(1), 82–99. <https://doi.org/10.1080/09669580608668593>
- Ndhlovu, E., & Dube, K. (2024). Agritourism and sustainability: A global bibliometric analysis of the state of research and dominant issues. *Journal of Outdoor Recreation and Tourism*, 46. <https://doi.org/10.1016/j.jort.2024.100746>
- Nguyen, N. B., & Nguyen, L. H. (2024). Agricultural tourism in Vietnam: Role of technology for perceived sustainability and visitors' intention to return. *BioProducts Business*, 9(2), 19–37. <https://doi.org/10.22382/bpb-2024-002>
- Nilsson, P. Å. (2002). Staying on farms: An ideological background. *Annals of Tourism Research*, 29(1), 7–24. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(00\)00081-5](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(00)00081-5)
- Ollenburg, C., & Buckley, R. (2007). Stated economic and social motivations of farm tourism operators. *Journal of Travel Research*, 45(4), 444–452. <https://doi.org/10.1177/0047287507299574>
- Phillip, S., Hunter, C., & Blackstock, K. (2010). A typology for defining agritourism. *Tourism Management*, 31(6), 754–758. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.08.001>
- Phung, T.-B., Bui, T. M. P., & Nguyen, D. V. P. (2023). Promoting agritourism in Vietnam: Antecedents of tourists' continuance travel intention from extended theory of planned behaviour. *International Journal of Green Economics*, 17(3), 265–290. <https://doi.org/10.1504/IJGE.2023.136749>
- Rauniyar, S., Awasthi, M. K., & Kapoor, S., & Mishra, A. K. (2020). Agritourism: structured literature review and bibliometric analysis. *Tourism Recreation Research*, 46(1), 52–70. <https://doi.org/10.1080/02508281.2020.1753913>
- Renfors, S.-M. (2021). Stakeholders' perceptions of sustainable tourism development in a cold-water destination: the case of the Finnish archipelago. *Tourism Planning and Development*, 18(5), 510–528. <https://doi.org/10.1080/21568316.2020.1816566>
- Roman, M., & Grudzień, P. (2021). The essence of agritourism and its profitability during the coronavirus (COVID-19) pandemic. *Agriculture*, 11(5). <https://doi.org/10.3390/agriculture11050458>

- Roman, M., & Kawęcki, N. (2024). Agritourism in academic research: Literature review and cluster analysis. *Turyzm/Tourism*, 34(1), 45–55. <https://doi.org/10.18778/0867-5856.34.1.04>
- Schnell, S. M. (2011). The local traveler: Farming, food, and place in state and provincial tourism guides, 1993-2008. *Journal of Cultural Geography*, 28(2), 281–309. <https://doi.org/10.1080/08873631.2011.583441>
- Sharpley, R., & Sharpley, J. (1997). *Rural tourism. An introduction*. International Thomson Business Press.
- Shen, C.-C., & Wang, D. (2023). Using the RPM model to explore the impact of organic agritourism destination fascination on loyalty—The mediating roles of place attachment and pro-environmental behavior. *Agriculture (Switzerland)*, 13(9). <https://doi.org/10.3390/agriculture13091767>
- Son, N. T., Nguyen, Q. N., & Hoang, T. H. L. (2023). Factors influencing tourist satisfaction with agritourism in the Mekong Delta, Vietnam. *Geojournal of Tourism and Geosites*, 49(3), 998–1005. <https://doi.org/10.30892/gtg.49315-1099>
- Sonnino, R. (2004). For a ‘piece of bread’? Interpreting sustainable development through agritourism in Southern Tuscany. *Sociologia Ruralis*, 44(3), 285–300. <https://doi.org/10.1111/j.1467-9523.2004.00276.x>
- Sotomayor, S., Barbieri, C., Wilhelm Stanis, S., Aguilar, F. X., & Smith, J. W. (2014). Motivations for recreating on farmlands, private forests, and state or national parks. *Environmental Management*, 54, 138–150. <https://doi.org/10.1007/s00267-014-0280-4>
- Suhartanto, D., Dean, D., T. Chen, B., & Kusdibyo, L. (2020). Tourist experience with agritourism attractions: What leads to loyalty? *Tourism Recreation Research*, 45(3), 364–375. <https://doi.org/10.1080/02508281.2020.1736251>
- Tang, L. R., Hurst, J., Niehm, L., Fiore, A. M., Dorie, A., & Jablon-Roberts, S. (2020). Reconceptualizing the hierarchical service quality model: The case of agritourism events. *Event Management*, 24(2–3), 389–407. <https://doi.org/10.3727/152599519X15506259856435>
- Tenie, B., & Fintineru, G. (2020). What attracts tourists in rural areas? An analysis of the key attributes of agritourist destinations that may influence their choice. *AgroLife Scientific Journal*, 9(1), 324–333. <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85112783228&partnerID=40&md5=7cf4d93edbe6187a45ac8680d3ff50cb>
- Tew, C., & Barbieri, C. (2012). The perceived benefits of agritourism: The provider’s perspective. *Tourism Management*, 33(1), 215–224. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.02.005>
- Turnock, D. (1999). Sustainable rural tourism in the Romanian Carpathians. *The Geographical Journal*, 165(2), 192–199. <https://doi.org/10.2307/3060417>
- Utama, I. G. B. R., & Trimurti, C. P. (2020). Investigation of the image of buyan tamblingan area as tourist attraction destination. *International Journal of Scientific and Technology Research*, 9(3), 5234–5238. <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85082662225&partnerID=40&md5=c0e3a80d805b9907b564e0390f52cf95>
- Wang, D., & Shen, C.-C. (2024). Tourists’ perceptual positioning of brand equity and competitive relationships in organic agricultural tourism. *Agriculture*, 14(10). <https://doi.org/10.3390/agriculture14101706>
- Wojcieszak-Zbierska, M. M., Jęczyk, A., Zawadka, J., & Uglis, J. (2020). Agritourism in the era of the coronavirus (COVID-19): A rapid assessment from Poland. *Agriculture*, 10(9). <https://doi.org/10.3390/agriculture10090397>
- Xue, L.-L., & Shen, C.-C. (2022). The sustainable development of organic agriculture: The role of wellness tourism and environmental restorative perception. *Agriculture*, 12(2). <https://doi.org/10.3390/agriculture12020197>
- Zhang, S., Liang, J., Ma, Y., Chen, Y., & He, Q. (2022). Destination image, nostalgic feeling, flow experience and agritourism: An empirical study of Yunling Tea Estate in Anxi, China. *Frontiers in Psychology*, 13. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.954299>
- Zhang, Y. (2020). Coordinated development between agricultural tourism economy and environmental benefits in tourist cities. *Journal of Environmental Protection and Ecology*, 21(4), 1554–1563. <https://www.scopus.com/inward/record.uri?eid=2-s2.0-85095750165&partnerID=40&md5=f8079833fdd658ed261eb4881eca92f>
- Zhou, G., & Chen, W. (2023). Agritourism experience value cocreation impact on the brand equity of rural tourism destinations in China. *Tourism Review*, 78(5), 1315–1335. <https://doi.org/10.1108/TR-11-2022-0539>