

PHÁT TRIỂN DU LỊCH NÔNG NGHIỆP TRÊN ĐỊA BÀN HUYỆN THẠCH THẮT, THÀNH PHỐ HÀ NỘI

Thái Thị Nhung*, Trần Mạnh Hải, Đoàn Bích Hạnh

Khoa Kinh tế và Phát triển nông thôn, Học viện Nông nghiệp Việt Nam

Tác giả liên hệ: ttnhung@vnua.edu.vn

Ngày nhận bài: 27.03.2024

Ngày chấp nhận đăng: 02.07.2024

TÓM TẮT

Nghiên cứu được tiến hành nhằm đánh giá thực trạng phát triển du lịch nông nghiệp trên địa bàn huyện Thạch Thất, thành phố Hà Nội. Thông tin sơ cấp được thu thập từ 150 du khách, 100 hộ nông dân, 05 cán bộ quản lý du lịch cấp huyện, xã và 03 chuyên gia du lịch. Kết quả nghiên cứu cho thấy, du lịch nông nghiệp của huyện mới phát triển manh nha và đang gặp phải nhiều khó khăn về cơ chế, chính sách đất đai; sự đơn điệu của sản phẩm du lịch; thiếu gắn kết với các đơn vị lữ hành; thiếu cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch và nhân lực cho du lịch nông nghiệp. Để thúc đẩy sự phát triển du lịch nông nghiệp, huyện Thạch Thất cần có những cơ chế, chính sách đặc thù về đất đai; nâng cao nhận thức và kỹ năng làm du lịch nông nghiệp cho cộng đồng; đa dạng và nâng cao chất lượng sản phẩm; tăng cường xúc tiến, quảng bá du lịch nông nghiệp.

Từ khóa: Phát triển du lịch, du lịch nông nghiệp, huyện Thạch Thất.

Developing Agritourism in Thạch That District, Hanoi City

ABSTRACT

The study was conducted to evaluate the current status of agritourism development in Thạch That district, Hanoi City. Primary data were collected from 150 tourists, 100 local farmer households, 05 tourism management officers at district and commune levels and 03 tourism experts. The research results indicate that agricultural tourism was developing fragmentarily and facing with many difficulties in land mechanisms, monotony of tourism products, lack of connection with travel agencies, lack of tourism technical facilities and human resources for agritourism. To promote the development of agritourism, Thạch That district needs to have specific mechanisms and policies on land, raising awareness and tourism skills for the community, diversify and improve the quality of products, and strengthen promotion and advertising for agritourism.

Keywords: Tourism development, agritourism, Thạch That district.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Hiện nay, trong tổng thu nhập của người dân nông thôn Việt Nam, thu nhập từ sản xuất nông nghiệp chỉ chiếm khoảng 27%, thu nhập từ các hoạt động sản xuất phi nông nghiệp và dịch vụ chiếm 73% (Đoàn Mạnh Cường, 2020). Để nâng cao hơn nữa thu nhập cho người dân nông thôn trong bối cảnh diện tích đất nông nghiệp bị thu hẹp, hoạt động sản xuất khó đạt được giá trị gia tăng cao, ngoài việc tiếp tục thúc đẩy nông nghiệp, cần phải đa dạng hóa ngành nghề sản

xuất, kinh doanh dịch vụ, trong đó phát triển du lịch nông nghiệp (DLNN) là một hướng đi mới mở ra nhiều kỳ vọng, góp phần phát huy lợi thế, khai thác giá trị khác biệt của nông nghiệp, nông thôn (Cục Du lịch quốc gia Việt Nam, 2019). DLNN là loại hình du lịch tạo ra sản phẩm du lịch phục vụ du khách chủ yếu dựa vào các hoạt động sản xuất nông nghiệp (Vinpearl, 2021). Thực tiễn cho thấy, DLNN đã đem lại hiệu quả kinh tế - xã hội ngày càng rõ rệt cho nhiều địa phương và doanh nghiệp (Hamilpurkar, 2012; Song & cs., 2022). Bằng

việc tham gia trực tiếp vào các hoạt động DLNN, người nông dân đã góp phần tạo nên sự phong phú, hấp dẫn cho các sản phẩm du lịch, đồng thời có mức thu nhập cao hơn so với hoạt động nông nghiệp thuần túy (Ammirato, 2014; Thu Hòa, 2019). Xu hướng gần đây cũng cho thấy, ngày càng có nhiều du khách quan tâm tới DLNN vì đa số họ rất chú trọng tới thực phẩm ngon, sạch và không gian sinh hoạt của các nông hộ, trang trại, cộng đồng nông nghiệp gắn với văn hóa làng xã, thôn bản (Thanh Giang, 2023).

Thạch Thất là huyện có lợi thế về phát triển các điểm đến du lịch cộng đồng gắn với làng nghề truyền thống, ngành nghề nông nghiệp, nông thôn với hệ thống 50 làng có nghề, 209 di tích lịch sử, nhiều loại hình nghệ thuật truyền thống và 92 di sản văn hóa phi vật thể. Với tổng số 142 sản phẩm đạt tiêu chuẩn OCOP được đánh giá từ 3 đến 4 sao và 179 trang trại, khu sinh thái, các mô hình sản xuất nông nghiệp hữu cơ, nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao có thể phát triển đa dạng các sản phẩm DLNN (UBND huyện Thạch Thất, 2022a). Bên cạnh lợi thế về tự nhiên, văn hóa, DLNN của huyện còn có tiềm năng để phát triển nhờ các chính sách như: Kế hoạch số 130/KH-UBND ngày 29/3/2022 về việc phát triển kinh tế DLNN, nông thôn gắn liền với xây dựng nông thôn mới trên địa bàn huyện giai đoạn 2022-2025; Đề án phát triển DLNN huyện Thạch Thất giai đoạn 2020-2030. Tuy nhiên, DLNN của huyện vẫn còn rất nghèo nàn, mới manh nha mô hình du lịch trang trại Hoa Viên tại xã Yên Bình với tổng diện tích 60ha, sản xuất 600 tấn rau hữu cơ và tiếp đón khoảng 100.000 lượt khách tham quan mỗi năm (UBND huyện Thạch Thất, 2022a). Bài viết này nhằm đánh giá thực trạng phát triển DLNN trên địa bàn huyện Thạch Thất và đề xuất một số giải pháp nhằm thúc đẩy sự phát triển DLNN của huyện trong thời gian tới.

2. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

- *Chọn điểm nghiên cứu:* Thạch Thất được lựa chọn làm điểm nghiên cứu vì đây là một trong sáu huyện được Sở Du lịch Hà Nội lựa chọn triển khai xây dựng mô hình thí điểm

DLNN, nông thôn theo Kế hoạch số 73/KH-UBND ngày 04/03/2022 của UBND thành phố Hà Nội về việc phát triển kinh tế DLNN, nông thôn gắn với xây dựng nông thôn mới trên địa bàn Thủ đô giai đoạn 2022-2025. Với những thế mạnh từ cảnh quan thiên nhiên, làng nghề, sản xuất nông nghiệp phong phú, đa dạng và văn hóa dân tộc Mường đặc sắc, huyện rất giàu tiềm năng để phát triển DLNN. Trong tổng số 23 xã, thị trấn, Yên Bình và Tiến Xuân là hai xã điển hình nằm trong kế hoạch xây dựng mô hình thí điểm về phát triển DLNN của huyện.

- *Thu thập số liệu:*

+ Số liệu thứ cấp được thu thập từ các tài liệu, báo cáo, số liệu thống kê của UBND huyện Thạch Thất, Phòng Văn hóa và Thông tin của huyện và UBND các xã điều tra.

+ Số liệu sơ cấp được thu thập thông qua phỏng vấn trực tiếp 100 hộ nông dân tại 2 xã Yên Bình và Tiến Xuân. Thời gian thu thập là tháng 4-6 năm 2023. Phương pháp chọn mẫu phi xác suất, các đối tượng được hỏi là chủ hộ tại các nông hộ được lựa chọn một cách ngẫu nhiên bao gồm hộ làm du lịch và hộ thuần nông hoặc có một phần thu nhập từ du lịch. Ngoài ra, 150 du khách nội địa đến tham quan DLNN tại hai xã cũng được khảo sát để tìm hiểu nhu cầu và những đánh giá của họ về trải nghiệm DLNN trên địa bàn huyện thông qua cho điểm bằng thang đo Likert 5 cấp độ (1 - Rất không hài lòng; 2 - Không hài lòng; 3 - Trung bình; 4 - Hài lòng; 5 - Rất hài lòng). Phỏng vấn sâu 05 cán bộ quản lý du lịch huyện, xã và 03 chuyên gia du lịch.

- *Phân tích số liệu:* Số liệu sau khi thu thập được xử lý trên phần mềm Excel và loại bỏ các quan sát không phù hợp. Các phương pháp sử dụng bao gồm: Phương pháp thống kê mô tả, phương pháp so sánh và phương pháp chuyên gia.

3. KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

3.1. Thực trạng phát triển du lịch nông nghiệp trên địa bàn huyện Thạch Thất

3.1.1. Tài nguyên cho phát triển du lịch nông nghiệp

Thạch Thất là huyện có nhiều tiềm năng về cả tài nguyên tự nhiên và tài nguyên nhân văn

nhưng hầu như chưa được khai thác cho phát triển du lịch. Tài nguyên tự nhiên bao gồm đất đai rộng lớn, có sông Tích là nguồn cung cấp nước quan trọng cho sản xuất nông nghiệp của huyện; các con suối bắt nguồn từ vùng núi Lương Sơn - Hòa Bình như suối Ngọc, suối Quan, suối Trắng; các hồ chứa nước như hồ Lụa, hồ Thuống, hồ Tân Xã, hồ Cố Đụng, hồ Đồng Sở và nhiều diện tích đất nông nghiệp, ao đầm, đê, đất bãi chưa sử dụng. Tài nguyên nhân văn bao gồm hệ thống 50 làng nghề với sản phẩm rất đa dạng như nghề Mộc ở Chàng Sơn, Hữu Bằng, Canh Nậu, Dị Nậu, Hương Ngải, mây tre giang đan Bình Phú, chuồn chuồn tre, quạt giấy... cùng nhiều món ăn tạo thành đặc sản của Thạch Thất - xứ Đoài như chè lam Thạch Xá, chè kho Đại Đồng. Ngoài ra, huyện vẫn lưu giữ bộ môn nghệ thuật truyền thống múa rối nước Chàng Sơn, Thạch Xá; chèo Canh Nậu, Đại Đồng,... Nét văn hoá của người Mường không chỉ thể hiện ở các lễ hội công chiêm được tổ chức hàng năm mà ngay cả trong ẩm thực, trang phục thổ cẩm và các trò chơi dân gian như đẩy gậy, ném còn, đánh coi, đi cà kheo, bản nỏ, kéo co,... cũng tạo được sự khác biệt so với vùng lân cận (UBND huyện Thạch Thất, 2022a).

Về sản xuất nông nghiệp, huyện có đầy đủ

điều kiện thuận lợi về thời tiết, khí hậu cho sản xuất 3 vụ trong năm, đa dạng hóa cây trồng, vật nuôi có nguồn gốc ôn đới. Nhiều mô hình ứng dụng công nghệ cao như vùng sản xuất lúa chất lượng cao (690ha) tại các xã Canh Nậu, Dị Nậu, Hương Ngải; vùng sản xuất rau an toàn (285ha) tại các xã Tiến Xuân, Hương Ngải, Dị Nậu, Yên Bình, Yên Trung; vùng sản xuất cây ăn quả giá trị kinh tế cao (hơn 300ha) tại các xã Bình Yên, Kim Quan, Lại Thượng. Sau chuyển đổi đã tạo được các vùng chuyên canh cho giá trị thu nhập cao gấp 5-7 lần so với cấy lúa. Tính chung toàn huyện, diện tích đất nông nghiệp năm 2022 là 10.092,07ha (chiếm 54,7% trong tổng số 18.459,05ha diện tích đất tự nhiên), trong đó diện tích đất trồng lúa chiếm nhiều nhất (49%); tiếp theo là diện tích đất rừng sản xuất (16,2%); diện tích trồng cây lâu năm (14,3%); diện tích đất nuôi trồng thủy sản (3,52%) và đất nông nghiệp khác (1,28%) (UBND huyện Thạch Thất, 2022b). Hiện tại, huyện đã có một số điểm du lịch sinh thái thu hút du khách trên địa bàn các xã Yên Bình và Tiến Xuân. Đây là hai xã thuộc vùng đồng bào miền núi dân tộc Mường (trên 50%) với bản sắc văn hóa riêng và tài nguyên du lịch có nhiều lợi thế cho phát triển DLNN vì tính thuần nông cao và tiềm năng đất đai rộng lớn (UBND huyện Thạch Thất, 2022a).

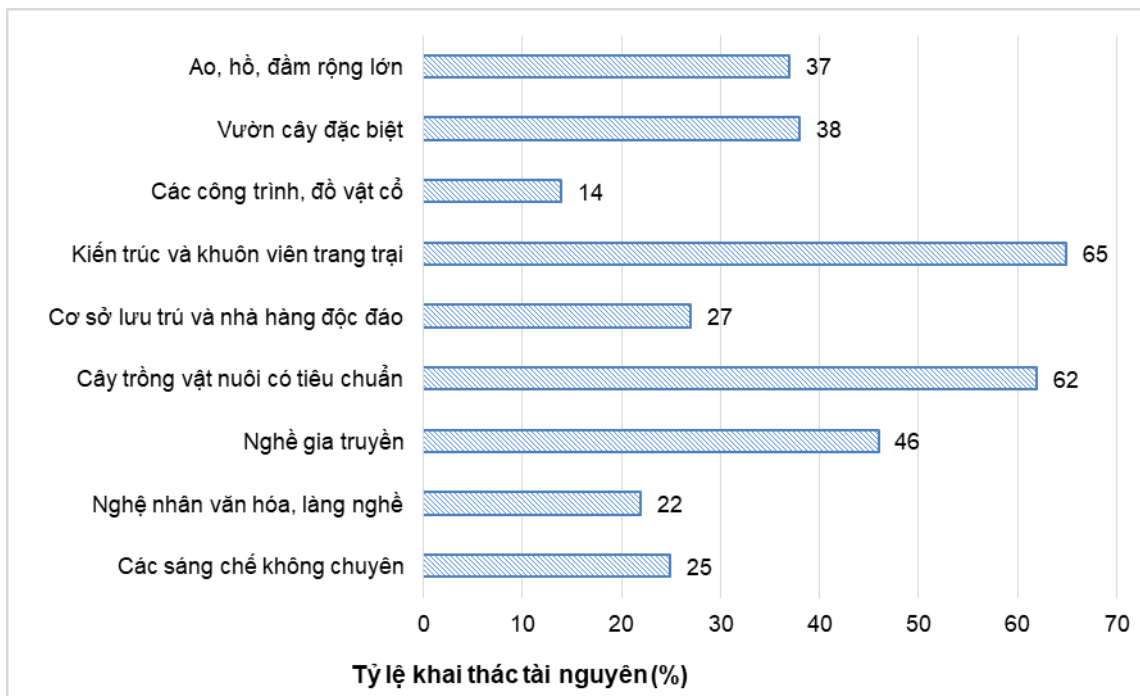
Bảng 1. Tài nguyên du lịch nông nghiệp và dân số năm 2022

Chỉ tiêu	ĐVT	Toàn huyện		Yên Bình		Tiến Xuân	
		Số lượng	Số lượng	Tỷ lệ (%)	Số lượng	Tỷ lệ (%)	
Diện tích đất tự nhiên	Ha	18.459,05	1.963,07	-	2.068	-	
Diện tích đất nông nghiệp	Ha	10.092,07	1.385,55	100	1.650	100	
Đất trồng cây lâu năm	Ha	1.443,1	296,06	21,4	440,2	26,7	
Đất trồng cây hàng năm	Ha	5.704,8	319,86	23,1	371	22,5	
Đất ao, hồ, đầm	Ha	553,2	22,25	1,6	20,08	1,2	
Đất nông nghiệp khác	Ha	129,2	747,38	53,9	818,72	49,6	
Đất lâm nghiệp	Ha	2.261,7	744,54	-	804,11	-	
Dân số và lao động							
Tổng số hộ dân	Hộ	50.757	1.912	-	1.935	-	
Số hộ làm nông nghiệp	Hộ	19.713	1.338	70	1.639	84,7	
Tổng số lao động	Người	113.126	7.724	-	7.990	-	
Số lao động nông nghiệp	Người	29.907	5.405	69,98	6.392	80,0	

Nguồn: UBND huyện Thạch Thất (2022b), UBND xã Yên Bình (2022), UBND xã Tiến Xuân (2022).

So với tổng diện tích đất tự nhiên toàn huyện thì tổng diện tích tự nhiên của hai xã chiếm tỷ lệ khá lớn. Tài nguyên du lịch chủ yếu là đất nông nghiệp nhưng chưa được khai thác tốt, nhiều diện tích đất vẫn bỏ hoang hóa. Các hộ sử dụng đất chủ yếu cho trồng trọt và tập trung chính vào cây lúa, rau, ngô, chè, cây ăn quả, hoa, cây keo và cây hoa màu khác. Một số hoạt động DLNN mà các hộ cung cấp như bán nông sản cho du khách, chuyên chở, chụp ảnh, hướng dẫn khách trải nghiệm

làm nông nghiệp và tiểu thủ công nghiệp. Qua khảo sát 100 hộ nông dân trên địa bàn hai xã cho thấy, mặc dù các hộ có tài nguyên, có khả năng sản xuất và cung ứng sản phẩm DLNN nhưng họ chưa biết cách khai thác để biến chúng thành nơi tham quan, nghỉ dưỡng hấp dẫn như ở các địa phương khác. Đặc biệt, Chính phủ chưa có cơ chế đặc thù về đất đai trong việc chuyển đổi mục đích sử dụng một phần đất nông nghiệp sang đất thương mại, dịch vụ du lịch, lưu trú cho khách DLNN.



Hình 1. Tỷ lệ khai thác sản phẩm cho du lịch nông nghiệp tại các hộ điều tra

Bảng 2. Thực trạng hạ tầng kỹ thuật cho phát triển du lịch nông nghiệp tại các xã điều tra

Chỉ tiêu	Yên Bình			Tiến Xuân		
	Xấu	Bình thường	Tốt	Xấu	Bình thường	Tốt
Đường giao thông đến các xã		x				x
Đường giao thông trong xã	x					x
Đường nội đồng		x		x		
Hệ thống tưới tiêu chính			x		x	
Hệ thống nước sạch sinh hoạt		x				x
Hệ thống xử lý rác thải		x			x	
Khuôn viên làng xã, thôn, xóm			x			x
Môi trường nước, không khí, tiếng ồn			x			x
Hệ thống giết mổ gia cầm			x		x	
Quy hoạch nghĩa trang			x			x

3.1.2. Cơ sở hạ tầng, kỹ thuật cho phát triển du lịch nông nghiệp

Hệ thống giao thông của huyện Thạch Thất nằm trong 3 tuyến quốc lộ lớn: quốc lộ 21 ở phía Tây, quốc lộ 32 ở phía Bắc, đường Láng Hoà Lạc ở phía Nam, nằm trong chuỗi đô thị Miếu Môn - Xuân Mai - Hoà Lạc - Sơn Tây nên huyện có nhiều tiềm năng và lợi thế cho phát triển du lịch.

Kết quả khảo sát hai xã điều tra cho thấy hệ thống giao thông trước đây chủ yếu là đường đất do là xã dân tộc miền núi. Cơ sở hạ tầng thiết yếu như trạm y tế, trường học còn sơ sài và lạc hậu. Kinh tế chậm phát triển, chủ yếu dựa vào nông lâm nghiệp. Đời sống người dân gặp nhiều khó khăn, trong đó Tiến Xuân là một trong số những xã có tỷ lệ hộ nghèo cao nhất huyện. Tuy nhiên, trong vòng 15 năm qua, cả hai xã nhận được vốn đầu tư của Thành phố và huyện Thạch Thất sau khi chuyển về từ huyện Lương Sơn, tỉnh Hòa Bình vào năm 2008. Hệ thống cơ sở hạ tầng đã được nâng cấp đáng kể, bê tông hóa đường làng, ngõ xóm tại các thôn. Ngược lại, hạ tầng kỹ thuật cho sản xuất nông nghiệp của huyện mới chỉ ở mức trung bình so với mặt bằng chung.

3.1.3. Nguồn nhân lực du lịch nông nghiệp

Theo thống kê của UBND huyện Thạch Thất, hiện tại lao động trong ngành nông nghiệp chiếm trên 60% tổng số lao động của toàn huyện. Đây là nguồn lao động dồi dào trong sản xuất nông nghiệp và cũng là nguồn cung lao động để đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng ở địa phương. Đại bộ phận người dân của huyện có sinh kế gắn liền với sản xuất nông nghiệp. Thu nhập từ nông nghiệp chiếm 65-70% tổng thu nhập của các hộ nông dân. Riêng nguồn nhân lực cho DLNN còn thiếu và chưa chuyên nghiệp. Trên 50% là người dân tộc Mường, chỉ quen sản xuất nông nghiệp nên không có kỹ năng để phục vụ khách du lịch. Trong 50 hộ điều tra ở xã Yên Bình, có 68% hộ nông nghiệp, ở xã Tiến Xuân là 72%. Số khẩu/hộ ở xã Tiến Xuân cũng chiếm tỷ lệ cao hơn và lao động nông nghiệp chiếm tỷ trọng lớn hơn các ngành nghề khác. Trình độ học vấn của chủ hộ ở mức trung bình khá, phần lớn đã tốt nghiệp

trung học cơ sở. Độ tuổi bình quân của chủ hộ khá trẻ. Nhân lực du lịch phân tán khá đồng đều, không quá chênh lệch về giới tính, trong đó lao động nữ có thể phụ trách khâu hướng dẫn khách đến các điểm DLNN, giới thiệu về đặc điểm sản xuất nông nghiệp, quy trình sản xuất một số loại cây trồng, vật nuôi chính hoặc nấu các món ăn truyền thống của địa phương. Lao động nam có thể phụ trách chuyên chở khi khách có nhu cầu.

So với các hoạt động sản xuất kinh doanh khác thì tỷ lệ lao động tham gia các dịch vụ du lịch có xu hướng tăng. Việc nâng cao nhận thức, kiến thức về du lịch cho cộng đồng dân cư ngày càng được quan tâm hơn. Công tác đào tạo, tập huấn diễn ra thường xuyên hơn nhưng các kỹ năng của người dân vẫn dừng lại ở mức trung bình.

Điều này chứng tỏ nguồn nhân lực phục vụ du lịch vẫn còn tự phát, các hộ chưa thực sự nhận thức đúng về DLNN, thiếu đào tạo bài bản, chính sách hỗ trợ tập huấn phát triển DLNN còn nhiều hạn chế.

3.1.4. Sản xuất và cung ứng sản phẩm du lịch nông nghiệp

Về tổ chức sản xuất kinh doanh nông nghiệp, toàn huyện có 7.404,56ha lúa chất lượng cao, 519,5ha diện tích cây ăn quả, 2.031,8ha diện tích cây hoa màu, 79,2ha diện tích trồng chè tập trung chủ yếu ở xã Yên Bình và Tiến Xuân, trong đó Yên Bình có nhiều lợi thế về các sản phẩm nông nghiệp như rau hữu cơ, chè, các loại cây ăn quả và chăn nuôi lợn (UBND huyện Thạch Thất, 2022b).

a. Sản phẩm DLNN gắn với kinh doanh nông sản: (i) Nhóm sản phẩm tươi sống bán cho du khách để ăn uống ngay tại điểm du lịch hoặc làm thực phẩm tươi sống nấu nướng tại gia đình. Điểm mạnh của sản xuất nông nghiệp tại hai xã là đã hình thành được các vùng sản xuất tập trung quy mô lớn về trồng trọt và chăn nuôi. Vùng có quy mô nhỏ nhất khoảng 6ha, lớn nhất là 300ha. Các vùng trồng cây ăn quả và lúa chất lượng cao mặc dù có giá trị cho bán nông sản nhưng giá trị cho du lịch chưa nhiều vì tính

mùa vụ và sản phẩm tương tự nhau; (ii) Nhóm sản phẩm làm quà lưu niệm và quà tặng chủ yếu là sản phẩm tiểu thủ công nghiệp, thủ công mỹ nghệ, sản phẩm nông nghiệp và chế biến

gắn với chương trình OCOP. Để giúp tiêu thụ các sản phẩm OCOP thuận lợi, huyện đã xây dựng được một điểm giới thiệu, quảng bá và bán sản phẩm OCOP tại xã Yên Bình.

Bảng 3. Đặc điểm nguồn nhân lực du lịch tại các hộ điều tra

Chỉ tiêu	ĐVT	Yên Bình (n = 50)	Tiến Xuân (n = 50)
Loại hộ	%	100	100
Nông nghiệp là chính		68	72
TTCN là chính		8	10
TM-DV là chính		26	18
Số khẩu/hộ	người	4,92	5,36
Nam		2,72	2,70
Nữ		2,20	2,66
Số lao động/hộ	người	2,56	2,86
Lao động nông nghiệp		1,92	2,48
Lao động tiểu thủ công nghiệp		0,12	0,18
Lao động thương mại - dịch vụ		0,52	0,20
Trình độ học vấn	%		
Tiểu học		18,0	22,0
Trung học cơ sở		48,0	44,0
Trung học phổ thông		14,0	26,0
Trên trung học phổ thông		20	16
Tuổi bình quân của chủ hộ	Tuổi	43,5	48,6

Bảng 4. Đánh giá của du khách về kỹ năng làm du lịch nông nghiệp của các hộ (%)

Kỹ năng	Kém	Bình thường	Tốt
Kỹ năng hướng dẫn khách du lịch	20	68	12
Kỹ năng bán hàng cho khách du lịch	12	66	22
Kỹ năng bố trí phòng ở cho khách du lịch	16	76	8
Kỹ năng biểu diễn văn nghệ cho khách xem	21	55	24

Bảng 5. Hoạt động sản xuất nông nghiệp của các hộ điều tra

Hoạt động sản xuất nông nghiệp	Yên Bình (n = 50)		Tiến Xuân (n = 50)	
	Số lượng (hộ)	Tỷ lệ (%)	Số lượng (hộ)	Tỷ lệ (%)
Trồng lúa	18	36,0	48	96,0
Chăn nuôi gia súc	23	46,0	13	26,0
Trồng cây ăn quả (bưởi, táo, mít, thanh long,...)	30	60,0	31	62,0
Trồng chè	11	22,0	26	52,0
Chăn nuôi gia cầm	17	34,0	43	86,0
Trồng cây hoa màu (ngô, đỗ tương)	28	56,0	12	24,0
Trồng rau các loại	47	94,0	37	74,0
Trồng rừng (tre Bát độ)	16	32,0	34	68,0

b. Sản phẩm DLNN trải nghiệm và giáo dục giúp học sinh các trường tiểu học, trung học cơ sở thực hành nông nghiệp. Các trường trên địa bàn huyện thường tổ chức cho học sinh về các trang trại để tham quan, học tập. Nhóm sản phẩm này đã mang đặc điểm của sản phẩm DLNN nhưng chưa phải là sản phẩm DLNN đầy đủ vì chỉ thiên về thực hành nông nghiệp, hầu như rất ít các cơ sở đáp ứng đúng tính chất trải nghiệm du lịch. Các cơ sở cung cấp dịch vụ chủ yếu do quan hệ quen biết, trao đổi kỹ thuật với nhau. Các đoàn đến địa phương hầu như cũng không trả phí và ít sử dụng các dịch vụ tại xã nên chưa đem lại nguồn thu từ DLNN.

c. Sản phẩm DLNN sự kiện và giải trí: Về xu hướng chung thì đây là sản phẩm được ưa chuộng và chiếm thị phần lớn nhất trong các sản phẩm DLNN ở các xã có triển khai DLNN. Mặc dù Thạch Thất có tiềm năng khai thác lớn vì có nhiều đầm, hồ, sông, suối, không gian xanh nên khách du lịch có thể bơi lội, câu cá, tham gia các lễ hội nông nghiệp. Tuy vậy, tính đến nay, phân khúc này hầu như chưa được khai thác.

3.1.5. Liên kết theo chuỗi cung ứng sản phẩm du lịch nông nghiệp

Những năm qua, Hà Nội ưu tiên phát triển các mô hình liên kết theo chuỗi từ sản xuất đến tiêu thụ nông sản, đặc biệt là các sản phẩm nông nghiệp chủ lực của thành phố. Trong giai đoạn 2016-2021, 145 mô hình liên kết chuỗi đã được xây dựng thành công. Các chuỗi nông sản chủ lực như lúa gạo, rau màu, hoa, bưởi, dược liệu,... hoạt động hiệu quả, tạo được bước chuyển biến tích cực cho nông nghiệp. Riêng huyện Thạch Thất đã có các điểm DLNN nhưng diễn ra lẻ tẻ, quy mô nhỏ và lượng khách còn rất khiêm tốn, liên kết theo chuỗi cung ứng sản phẩm DLNN hầu như chưa có (UBND huyện Thạch Thất, 2022a). Thực trạng này cũng tương tự trong nghiên cứu của Contini & cs. (2009) thực hiện ở Tuscany, một khu vực nổi tiếng về nguồn cung cấp DLNN của Ý, có sức hấp dẫn mạnh mẽ đối với du khách tìm kiếm tài nguyên thiên nhiên, vùng nông thôn và văn hóa địa

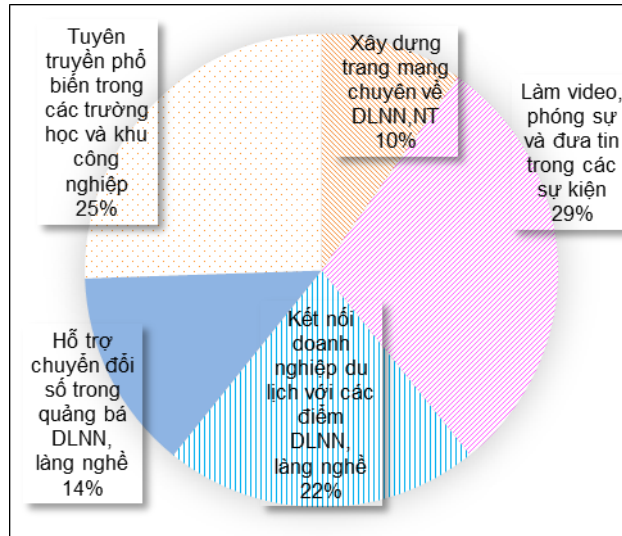
phương nhưng sự thiếu phối hợp giữa các nhà cung cấp sản phẩm và dịch vụ làm hạn chế khả năng tiếp thị các sản phẩm DLNN. Mitchell & Ashley (2010) cũng đã xác định những con đường khác nhau để nghiên cứu lợi ích mà người nghèo có thể thu được từ DLNN. Một trong những con đường này là dòng lợi ích gián tiếp đến người nghèo thông qua các tác động từ chuỗi cung ứng du lịch.

3.1.6. Truyền thông, quảng bá, xúc tiến du lịch nông nghiệp

Huyện Thạch Thất có lợi thế về phát triển các điểm đến du lịch cộng đồng gắn với làng nghề truyền thống, ngành nghề nông nghiệp, nông thôn; xây dựng và phát triển sản phẩm OCOP “Dịch vụ du lịch cộng đồng và điểm du lịch”. Việc triển khai Kế hoạch số 73/KH-UBND ngày 04/3/2022 của UBND Thành phố cơ bản tập trung phát triển du lịch văn hóa, lịch sử, cách mạng, tín ngưỡng, lễ hội, du lịch trang trại, du lịch nông nghiệp, nông thôn. Công tác xúc tiến, quảng bá du lịch được đẩy mạnh đầu tư, du lịch huyện Thạch Thất đang tiếp tục triển khai thực hiện để thu hút du khách.

Năm 2023, các xã điều tra đã bắt đầu quan tâm đến việc truyền thông, quảng bá, xúc tiến các hoạt động DLNN. Tỷ lệ các hình thức quảng bá, xúc tiến DLNN được thể hiện ở hình 2.

Hoạt động truyền thông, quảng bá phổ biến nhất của các xã là làm video, phóng sự đưa tin trong các sự kiện, hội nghị, hội thảo. Sau đó là tuyên truyền và phổ biến trong các trường học cũng như khu công nghiệp. Tiếp theo là kết nối giữa các điểm DLNN, làng nghề với doanh nghiệp lữ hành trên địa bàn Hà Nội và các tỉnh lân cận. Chiếm tỷ lệ ít nhất là hỗ trợ chuyển đổi số trong quảng bá DLNN, làng nghề và xây dựng trang website riêng về DLNN. Nhìn chung, các hình thức xúc tiến, quảng bá vẫn theo lối mòn cũ, thiếu tính sáng tạo trong khi các hộ có hoạt động DLNN đã biết cách tự quảng cáo, đưa thông tin lên mạng xã hội như facebook, zalo, tiktok, nhờ bạn bè, người thân giới thiệu hoặc nhờ khách du lịch tuyên truyền giúp.



Hình 2. Các hoạt động truyền thông, xúc tiến, quảng bá du lịch nông nghiệp

Bảng 6. Đặc điểm nhân khẩu học và hành vi du lịch của du khách

Chỉ tiêu	Tiêu chí	Số lượng (người)	Tỷ lệ (%)
Giới tính	Nam	83	55,3
	Nữ	67	44,7
Tuổi	< 25 tuổi	65	43,4
	25-40 tuổi	30	20,0
	41-60 tuổi	41	27,3
	Trên 60 tuổi	14	9,3
Trình độ học vấn	Cấp 2 trở xuống	29	19,3
	Cấp 3	63	42,0
	Trung cấp cao đẳng, đại học và trên đại học	58	38,7
Nghề nghiệp	Công nhân viên chức nhà nước	23	15,3
	Làm cho cơ quan tư nhân	26	17,3
	Tự kinh doanh	29	19,4
	Học sinh, sinh viên	53	35,3
	Hưu trí	19	12,7
Thu nhập	< 7 triệu đồng/tháng	74	49,3
	7-12 triệu đồng/tháng	36	24,0
	12-20 triệu đồng/tháng	28	18,7
	> 20 triệu đồng/tháng	12	8,0
Hình thức du lịch	Đi theo đoàn	131	87,3
	Tự đi một mình	19	12,7
Thời gian lưu trú	Đi về trong ngày	112	74,7
	Ở lại 1 ngày 1 đêm	31	20,6
	Ở lại trên 1 ngày 1 đêm	07	4,7
Chi tiêu tại điểm đến	Dưới 5 triệu đồng	119	79,3
	Từ 5-10 triệu đồng	27	18,0
	Trên 10 triệu đồng	04	2,7

3.1.7. Khách du lịch nông nghiệp và sự hài lòng của du khách

Trong số 150 du khách được điều tra, 55,3% là nam giới, phần lớn ở độ tuổi dưới 25 (43,4%), trình độ học vấn đa số đã tốt nghiệp cấp 3 (42,0%) và đối tượng chính là học sinh, sinh viên (35,3%). Số du khách có thu nhập nhỏ hơn 7 triệu đồng chiếm tỷ lệ lớn (49,3%). Hầu hết du khách là đi theo đoàn (87,3%), theo tổ chức được giới thiệu như trường học, cơ quan đến từ các địa phương lân cận thuộc thủ đô Hà Nội, một số ít du khách đi tự do theo nhóm. Học sinh thường đi trải nghiệm theo chương trình thực nghiệm của Bộ Giáo dục và Đào tạo. Số này thường do các công ty du lịch, hội phụ huynh hoặc nhà trường tổ chức. Thời gian lưu trú ngắn ngày và chi tiêu bình quân của du khách ở mức thấp, phần lớn là chi cho ăn uống, lưu trú và mua các đặc sản của địa phương

Trên địa bàn huyện có 3 nhóm khách DLNN như sau: (1) *Khách du lịch trong ngày không lưu trú qua đêm*: Do thời gian ngắn nên mục tiêu chính của khách là tham quan các mô hình nông nghiệp, đình chùa, hồ, thác suối, trang trại rau hữu cơ, mua các sản phẩm nông nghiệp và các món ăn đặc trưng của địa phương. Du khách có nhu cầu mua sản phẩm và rất quan tâm nét đặc trưng văn hóa, ẩm thực của

địa phương; (2) *Khách du lịch có lưu trú qua đêm*: Ở hai xã điều tra thì lượng khách này chưa nhiều, thường là khách lưu trú tại các homestay. Nhu cầu của khách là thuê phương tiện đi lại thuận tiện cho tham quan các mô hình trang trại, thưởng thức ẩm thực, trải nghiệm nông nghiệp và văn hóa dân tộc Mường. Mức độ quan tâm DLNN của nhóm khách này cao hơn nhóm không lưu trú nên việc thông tin cho họ về các sản phẩm dịch vụ mới từ DLNN sẽ rất có tác dụng; (3) *Khách học sinh, sinh viên không lưu trú nhưng thích trải nghiệm*: Số khách này thường ở khu vực gần, có nhiều lần qua lại nên việc đổi mới sáng tạo sản phẩm sẽ kích thích số lần trở lại.

Hoạt động thu hút khách DLNN tại các xã và hộ điều tra bao gồm: (1) Tham quan nhìn ngắm làng xóm, vườn, đồng ruộng, ao chuồng, chụp ảnh khu nông nghiệp công nghệ cao và các trang trại trồng cây ăn quả, trang trại chăn nuôi; (2) Hội thảo, trao đổi về lịch sử, công cụ, kinh nghiệm và công việc của nông dân; (3) Trực tiếp lựa chọn và tự thu hoạch rau, câu cá để ăn tại chỗ hoặc mang về; (4) Tập làm các việc nhà nông tại vườn nhà và trang trại của nông dân; (5) Nghỉ hoặc ngủ qua đêm tại nhà hoặc nhà vườn của hộ; (6) Học làm các món ăn, nghề cổ truyền của địa phương; (7) Học các nghi lễ gia đình, tôn giáo, văn hóa, văn nghệ của địa phương.

Bảng 7. Mức độ tham gia của du khách vào các hoạt động du lịch nông nghiệp

Hoạt động du lịch nông nghiệp	Mức độ tham gia của du khách (số lượt chọn)				
	Hoàn toàn không tham gia	Không tham gia	Trung lập	Tham gia	Chắc chắn sẽ tham gia
Tham quan chụp ảnh khu nông nghiệp công nghệ cao, trang trại trồng cây ăn quả	0	0	26	85	39
Hội thảo, trao đổi về lịch sử, công cụ, kinh nghiệm và công việc của nông dân	9	15	58	46	22
Trực tiếp lựa chọn và tự thu hoạch rau, câu cá để ăn tại chỗ hoặc mang về	0	3	42	81	24
Tập làm việc nhà nông	0	14	35	68	33
Ngủ tại nhà hoặc khu sản xuất của nông dân	20	27	41	35	27
Tập làm các món ăn đặc trưng của địa phương	15	23	31	53	28
Trải nghiệm nghi lễ tôn giáo, trò chơi dân gian, văn nghệ của địa phương	18	20	53	34	25
Tổng	62	102	286	402	198

Số du khách đồng ý tham gia trải nghiệm các hoạt động DLNN chiếm tỷ lệ cao hơn nhiều so với số ý kiến không tham gia. Trong đó, hoạt động số (1) và số (3) thu hút được đông đảo sự tham gia của du khách. Với các hoạt động còn lại, số lượng du khách muốn được trải nghiệm cũng chiếm tỷ lệ khá cao và hứa hẹn nhiều tiềm năng trong thời gian tới với sự tích cực thúc đẩy của địa phương và thành phố. Về mức độ hài lòng của khách DLNN được đánh giá qua 13 tiêu chí theo bảng 8.

DLNN ở các xã điều tra tuy chưa thực sự phát triển tương xứng với tiềm năng nhưng những nơi khách đến tham quan, trải nghiệm cũng đã nhận được những đánh giá khả quan, dù chưa cao nhưng cũng không có nhận định nào yếu kém. Mặc dù vậy, sản phẩm DLNN còn nghèo nàn, chất lượng thấp, nên khó thu hút khách quay trở lại nhiều lần. Trong 150 du khách, chỉ có 25% lượng khách được hỏi sẽ quay lại còn 44% không quay lại và 31% là chưa xác định có quay lại hay không.

3.2. Một số giải pháp phát triển du lịch nông nghiệp trên địa bàn huyện Thạch Thất

3.2.1. Ban hành chính sách và cơ chế tạo đột phá cho phát triển sản phẩm du lịch nông nghiệp

Một là, nhóm chính sách hỗ trợ phát triển

sản xuất nông nghiệp trong các hộ, trang trại có tiềm năng DLNN như: (i) Phát triển các sản phẩm chủ đạo, đặc trưng, có thể mạnh và là điểm nhấn của mỗi địa phương để tạo sản phẩm DLNN hấp dẫn; (ii) Xây dựng kế hoạch và triển khai chương trình hỗ trợ đưa sản phẩm OCOP vào tiêu dùng du lịch; (iii) Hỗ trợ các mô hình DLNN trải nghiệm; (iv) Khuyến khích các hộ đổi mới, nâng cao chất lượng, mẫu mã sản phẩm hướng tới phục vụ khách du lịch; (v) Tăng cường quảng bá, giới thiệu nông sản của các hộ, trang trại, HTX nông nghiệp; (vi) Tạo địa điểm trưng bày sản phẩm, quy trình sản xuất, chế biến nông sản.

Hai là, nhóm chính sách hỗ trợ phát triển DLNN trước hết cần tập trung tháo gỡ những vướng mắc về đất đai, cho phép chuyển đổi một số diện tích đất nông nghiệp sang đất phi nông nghiệp để xây dựng hạ tầng DLNN, quy hoạch rõ về quỹ đất cho phát triển DLNN. Tiếp theo, triển khai một số chính sách thúc đẩy phát triển DLNN như: (i) Hỗ trợ các hộ, trang trại, HTX nông nghiệp kết nối với doanh nghiệp lữ hành tạo ra các tour, tuyến DLNN; (ii) Đào tạo, tập huấn nông dân về kiến thức, kỹ năng làm DLNN; (iii) Triển khai một số mô hình DLNN làm mẫu, mang tính lan tỏa, khuyến khích người dân tham gia cùng làm DLNN.

Bảng 8. Mức độ hài lòng của khách du lịch nông nghiệp tại các xã điều tra

Chỉ tiêu	Trung bình	Độ lệch chuẩn	Mức độ hài lòng
Địa điểm tham quan đẹp, tự nhiên, độc đáo	3,64	0,894	Hài lòng
Vệ sinh môi trường nơi tham quan du lịch tốt	3,28	0,842	Trung bình
Hệ thống giao thông nội đồng thuận lợi	3,3	0,927	Trung bình
Đảm bảo an toàn cho du khách khi tham quan	3,45	0,821	Hài lòng
Thái độ của nông dân thân thiện, cởi mở	3,57	0,879	Hài lòng
Khu công trình phụ hợp lý, sạch sẽ	3,08	0,837	Trung bình
Chất lượng và giá dịch vụ lưu trú hợp lý	3,20	0,844	Trung bình
Chất lượng, vệ sinh và giá cả ăn uống hợp lý	3,62	0,874	Hài lòng
Hàng lưu niệm độc đáo mang bản sắc địa phương	3,66	0,844	Hài lòng
Giá hàng hóa lưu niệm hợp lý	3,28	0,942	Trung bình
Nông sản phong phú, mang đặc trưng địa phương	3,28	0,942	Trung bình
Giá cả hàng nông sản hợp lý	3,62	0,874	Hài lòng
Sự tham gia của cộng đồng địa phương	3,64	0,894	Hài lòng

3.2.2. Nâng cao nhận thức và kỹ năng làm du lịch cho cộng đồng địa phương

Để phát triển DLNN, một yếu tố quan trọng cần quan tâm là sự tham gia của người nông dân và những hộ kinh doanh du lịch. Để thu hút người dân ở các hộ gia đình, HTX, nông trại mạnh dạn đầu tư kết hợp phát triển DLNN thì trước hết họ phải nhận thức được lợi ích của hoạt động kinh doanh kép, đồng thời cần được trang bị kiến thức, kỹ năng, hỗ trợ nguồn lực để họ sẵn sàng tham gia. Tăng cường tuyên truyền, bồi dưỡng, tập huấn nâng cao nhận thức của người dân và cộng đồng về DLNN.

3.2.3. Phát triển sản phẩm du lịch nông nghiệp

(1) Phát triển các vùng nguyên liệu, xây dựng mô hình chế biến sâu, nông nghiệp hữu cơ, nông nghiệp tuần hoàn nhằm nâng cao chất lượng, gia tăng giá trị nông sản gắn với DLNN. (2) Xây dựng bộ tiêu chí điểm đến DLNN, tiêu chí sản phẩm DLNN để thống nhất quản lý, nâng cao chất lượng và quảng bá sản phẩm, hướng dẫn người dân, doanh nghiệp đầu tư, kinh doanh các dịch vụ du lịch theo tiêu chuẩn chất lượng. (3) Sở Du lịch Hà Nội phối hợp với UBND huyện Thạch Thất hỗ trợ mời chuyên gia hướng dẫn, thiết kế, quy hoạch cảnh quan khai thác một số điểm đáp ứng yêu cầu tổ chức sản phẩm DLNN, giữ được bản sắc vùng miền. (4) Nâng cấp, cải tạo, khôi phục, xây dựng các cơ sở lưu trú tránh phá vỡ nét đẹp truyền thống nguyên bản của người dân nông thôn.

3.2.4. Tăng cường xúc tiến, quảng bá du lịch nông nghiệp

(1) nghiên cứu thị trường và xác định thị trường mục tiêu để có chiến lược quảng bá sản phẩm DLNN hiệu quả, hấp dẫn, tránh trùng lặp. (2) Huy động và tổ chức thực hiện liên kết nguồn lực, các thành phần kinh tế, tổ chức, cá nhân cần chủ động phối hợp với nhau triển khai hiệu quả việc tuyên truyền, quảng bá DLNN. (3) Tăng cường ứng dụng công nghệ thông tin, chuyển đổi số trong truyền thông, quảng bá DLNN, cung ứng dịch vụ tại khu vực nông thôn.

4. KẾT LUẬN

Thời gian qua, DLNN trên địa bàn huyện Thạch Thất vẫn còn gặp nhiều khó khăn, hạn chế. Tài nguyên cho phát triển DLNN khá phong phú, đa dạng và nhiều tiềm năng. Tuy nhiên, cơ sở hạ tầng, kỹ thuật du lịch chưa đáp ứng, chuỗi cung ứng du lịch chưa được hình thành, kỹ năng làm DLNN các hộ còn yếu, hoạt động quảng bá, kết nối, tư vấn cũng chưa được triển khai hiệu quả. Cơ chế chính sách chưa thành động lực để phát triển DLNN mang lại giá trị kinh tế và xã hội. Để tháo gỡ các “nút thắt” trong phát triển DLNN, các cơ quan quản lý nên ưu tiên các giải pháp như: (i) Tạo cơ chế, hành lang pháp lý đột phá cho phát triển DLNN; (ii) Nâng cao nhận thức và kỹ năng làm DLNN cho cộng đồng; (iii) Phát triển sản phẩm DLNN; (iv) Tăng cường xúc tiến, quảng bá cho DLNN.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Ammirato S. (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.
- Cục Du lịch quốc gia Việt Nam (2019). Phát triển du lịch nông thôn. Truy cập tại <https://vietnamtourism.gov.vn/post/29707> ngày 28/9/2023.
- Contini C., Scarpellini P., & Polidori R. (2009). Agri-tourism and rural development: The Low-Valdelsa case, Italy. *Tourism Review*. 64(4): 27-36.
- Đoàn Mạnh Cương (2020). Phát triển du lịch nông nghiệp gắn với Chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới theo hướng bền vững. Cục Du lịch quốc gia Việt Nam. Truy cập tại <https://vietnamtourism.gov.vn/post/33568> ngày 25/02/2023.
- Hamilpurkar S. (2012). Agritourism in Karnataka issues constraints and possibilities. *International Journal of Research in Commerce, Economics and Management*. 2(7): 7.
- Mitchell J. & Ashley C. (2010). *Tourism and poverty reduction: Pathways to prosperity*. London: Earthscan.
- Song N.V., Thuy V.T.T., Van Luong N. & Quang H.V. (2022). Influencing Factors on Customers' Decision

- to Visit Agritourism Farms: A Case Study in Viet Nam. *Agricultural Sciences*. 13(4): 566-579.
- Thanh Giang (2023). Du khách ngày càng ưa chuộng du lịch xanh, phát triển bền vững sau Covid-19. Truy cập tại <https://chinh sach cuoc song.vn/du-khach-ngay-cang-ua-chuong-du-lich-xanh-phat-trien-ben-vung-sau-covid-19/27937.html> ngày 20/01/2024.
- Thu Hòa (2019). Phát triển du lịch nông nghiệp trên thế giới và thực trạng ở Việt Nam. *Tạp chí Con số và Sự kiện*. Tổng cục Thống kê, Bộ Kế hoạch và Đầu tư. <https://consosukien.vn/phat-trien-du-lich-nong-nghiep-tren-the-gioi-va-thuc-trang-o-viet-nam.htm>. Truy cập ngày 10/07/2023.
- Vinpearl (2021). Khám phá những điểm du lịch nông nghiệp thu hút du khách nhất hiện nay. Truy cập từ <https://vinpearl.com/vi/kham-pha-nhung-diem-du-lich-nong-nghiep-thu-hut-du-khach-nhat-hien-nay>. Ngày 22/09/2021.
- UBND huyện Thạch Thất (2022a). Báo cáo kết quả triển khai nhiệm vụ được giao tại Kế hoạch số 73/KH-UBND ngày 04/03/2022 của UBND thành phố trên địa bàn huyện Thạch Thất.
- UBND huyện Thạch Thất (2022b). Báo cáo tổng kết tình hình kinh tế - xã hội năm 2022 và định hướng năm 2023.
- UBND xã Yên Bình (2022). Báo cáo tổng kết tình hình kinh tế - xã hội xã Yên Bình năm 2022 và định hướng năm 2023.
- UBND xã Tiến Xuân (2022). Báo cáo tổng kết tình hình kinh tế - xã hội xã Tiến Xuân năm 2022 và định hướng năm 2023.