

và con người giữa các vùng đô thị và nông thôn thông qua việc đến ở hoặc tham quan có mục đích nhằm hưởng thụ các sản vật địa phương tại từng gia đình nông hộ hoặc các trang trại, là một hình thức xuất khẩu hàng hóa nông nghiệp tại chỗ rất hiệu quả và tiếp thị tận gốc về hồ sơ xuất xứ sản phẩm, nhất là khi nhu cầu về tự bảo vệ sức khỏe trước các thức ăn và môi trường bị ô nhiễm của cộng đồng xã hội tại các thành phố lớn ngày càng tăng. Trên thế giới, du lịch nông nghiệp đã phát triển từ rất lâu vì tại một số nước như ở Italia từ những năm 1960 tới những năm 1980, tình trạng bỏ nghề nông tăng mạnh với xu hướng ào ạt ra thành phố kiếm việc. Trong 10 năm của thập kỷ 1980, có khoảng 400.000 hộ nông dân chuyển sang nghề khác. Chính phủ Italia đã phải đối mặt với những cuộc khủng hoảng trầm trọng. Tình trạng như vậy cũng diễn ra ở Nhật Bản, Pháp, Mỹ... Để giải quyết những vấn đề trên, Chính phủ các nước đã triển khai rất nhiều biện pháp để ngăn chặn, trong đó có một hướng triển khai rất hiệu quả và đã chứng minh được qua vài chục năm hoạt động là có tác dụng rất tốt với thu nhập của dân cư nông nghiệp, thay đổi nhanh bộ mặt nông thôn. Đó chính là việc Chính phủ hướng sự quan tâm của cộng đồng xã hội vào việc phát triển du lịch nông nghiệp - agri-tourism. Danh từ này có thể dùng khác nhau: ở Ý là “Agri-tourismo” (du lịch nông nghiệp), ở Anh là “Rural-tourism” (du lịch nông thôn), ở Mỹ là “Homestead” (du lịch trang trại), ở Nhật Bản là “Green-tourism” (du lịch xanh), ở Pháp là “Tourism de Verdure” (du lịch với cỏ cây). Đã từ lâu, Israel coi du lịch nông nghiệp là một hình thức giáo dục bắt buộc rất sớm cho trẻ em. Hoa Kỳ hàng năm đều có các sự kiện lớn về du lịch nông nghiệp là phương thức chính để phát triển làng mới (nông thôn mới) suốt vài chục năm qua. Chính phủ Hàn Quốc đã xây dựng một chương trình mang tính chiến lược thực hiện hiệu quả tại các địa phương có tiềm năng. Thông qua các hoạt động du lịch

nông nghiệp, du khách sẽ được trải nghiệm toàn bộ quy trình sản xuất, thu hoạch, chế biến ra các sản phẩm sạch, hữu cơ mang tính bản địa gắn với lịch sử văn hóa truyền thống.

Định nghĩa về hoạt động du lịch nông thôn, nông nghiệp còn là bất cứ hình thức du lịch nào thể hiện cuộc sống nông thôn, nghệ thuật, văn hóa và các di sản tại các vùng nông thôn, từ đó mang lại lợi ích cho cộng đồng địa phương để có trải nghiệm phong phú hơn với các hoạt động trải nghiệm như: văn hóa canh tác; mua bán các đặc sản; các đồ thủ công mỹ nghệ; tham gia vào quy trình sơ chế, chế biến; học nấu ăn và thưởng lãm các món ăn; tham gia tìm hiểu cuộc sống thường nhật của cư dân; các lễ hội và nghi thức tôn giáo; tìm hiểu các câu chuyện dân gian, cổ tích, âm nhạc, thời trang đồng quê, các hoạt động thể thao dân tộc...

Tùy theo đặc thù của từng địa phương sẽ chọn lựa nhóm các sản phẩm thành sản phẩm thu hút và hấp dẫn chính. Tuy nhiên, đối với tình hình cụ thể trong các vùng nông thôn ở nước ta thì du lịch vẫn là hình thức du lịch nổi trội đi theo dòng sản vật chính của địa phương có tiềm năng du lịch nông nghiệp và khai thác được ngay. Lý do chính là mô hình du lịch nông nghiệp mang đặc thù Việt Nam khác với các nước trên thế giới là đã có sẵn hàng nghìn làng nghề nông nghiệp truyền thống về sản xuất nông, lâm, ngư nghiệp, nghề muối và thủ công mỹ nghệ, chế biến. Các làng này đã được hình thành từ thời xa xưa và đã trở

thành các chợ đầu mối cung cấp các hàng hóa đa dạng cho thị trường người tiêu dùng, do vậy rất dễ dàng thu hút khách đến, vừa được mua hàng hóa, vừa được nghe câu chuyện mang tính lịch sử văn hóa hình thành ra sản vật.

Ngoài các làng nông nghiệp truyền thống nói trên, theo xu thế sản xuất nông nghiệp hiện đại tiên tiến qua hàng chục năm cho tới nay đã hình thành hàng loạt các trang trại, gia trại, các trung tâm khuyến nông, khuyến ngư, khuyến lâm, các trung tâm nông nghiệp công nghệ cao với vai trò đầu mối cung cấp các sản phẩm khoa học công nghệ tiên tiến, cũng là các điểm thu hút hấp dẫn khách đến vừa tham quan học hỏi, vừa thưởng lãm được các sản vật ngay tại đây.

Theo số liệu năm 2020 tại Việt Nam, diện tích đất nông nghiệp chiếm khoảng 80% tổng diện tích và dân số sống ở vùng nông thôn và miền núi chiếm

70% dân số Việt Nam nên trên bản đồ kinh tế thế giới Việt Nam được biết tới là một quốc gia nông nghiệp. Do vậy, cũng có thể nói rằng đa số các sản phẩm du lịch khác nhau của Việt Nam khi hoạt động đều có liên quan tới không gian nông thôn nông nghiệp.

Thế mạnh của Việt Nam cho đến nay đã qua nhiều giai đoạn phát triển về kinh tế - xã hội đều khẳng định là nông nghiệp và du lịch, nếu có sự kết nối chặt chẽ hai ngành cùng chung tay hợp sức sẽ xây dựng được sản phẩm du lịch nông nghiệp, nông thôn mang bản sắc văn hóa Việt rất phong phú và đa dạng. Và trong sự liên kết này, ngành nông nghiệp và phát triển nông thôn chịu



Hình ảnh miền quê đáng sống thân thiện và các sản phẩm OCOP đặc hữu thu hút du khách

trách nhiệm tạo ra các sản phẩm tinh hoa cung cấp cho ngành du lịch sử dụng khai thác theo chuẩn du lịch, ngược lại chính việc tạo thị trường ngành du lịch lại thúc đẩy mạnh mẽ quá trình chuẩn bị nói trên. Thực ra nền tảng của việc kết nối đã có chính là các kết quả khả quan của chương trình mục tiêu quốc gia về nông thôn mới, chương trình OCOP, chương trình bảo tồn các giá trị văn hóa của hàng nghìn làng nghề truyền thống với việc phát triển đa dạng sản phẩm... Để tạo ra thương hiệu sản phẩm du lịch nông nghiệp, nông thôn thu hút mạnh mẽ luồng du khách, ngoài chủ trương hiện có, rất cần ban hành nghị định và các quy trình hướng dẫn cụ thể cho các địa phương có tiềm năng phát triển loại hình sản phẩm này với các việc như sau:

1. Hoàn thiện chính sách đặc thù cho sản phẩm du lịch nông nghiệp, nông thôn vì khác với các sản phẩm du lịch khác, nó mang ba tính chất cơ bản là Cộng đồng Bền vững và Bình đẳng, mang tính đặc thù vì diễn ra trong không gian nông nghiệp, nông thôn với chủ thể là các nông hộ. Kinh doanh loại hình sản phẩm này về bản chất chính là việc ứng xử con người với các quan hệ tế nhị trên một hạ tầng cơ sở vật chất bắt buộc phải đạt chuẩn du lịch và phải hoạt động theo chuỗi liên kết chặt chẽ.

2. Tăng cường nhận thức về du lịch nông nghiệp, nông thôn cho cộng đồng, đặc biệt cho các cấp quản lý bằng việc cung cấp thông tin chính xác về định nghĩa, bản chất, tầm ảnh hưởng rộng lớn của loại hình du lịch nông nghiệp, nông thôn ngay từ những năm 60 của thế kỷ trước. Đã có những quốc gia, ví dụ gần Việt Nam nhất là Philippin đã đưa thành điều luật quốc hội ban hành về DLNN.

3. Tiến hành công tác điều tra tài nguyên du lịch nông nghiệp, nông thôn để có đủ thông tin dữ liệu làm căn cứ phân loại sắp xếp các vùng tiềm năng xây dựng phát triển sản phẩm du lịch nông nghiệp, nông thôn.

4. Quy hoạch không gian nông thôn theo chương trình nông thôn mới mang tính pháp lý về địa giới cho không gian sản xuất, không gian dân cư và không gian dịch vụ du lịch.

5. Đưa du lịch nông nghiệp, nông thôn thành 1 nghề trong các ngành nghề nông thôn để đào tạo lực lượng giáo viên và lao động với các giáo trình dạy và hướng dẫn ngay trên thực địa sống động gắn với liên kết kiến thức nông nghiệp và du lịch.

6. Xây dựng một số mô hình điển hình du lịch nông nghiệp, nông thôn bên trong hoặc liền kề với vùng du lịch đã sẵn có du khách nhằm mục đích đánh giá tính hấp dẫn thu hút lượng du khách đến và tính bền vững của sản phẩm.

7. Cần tiến hành công cuộc chuyển đổi số bắt đầu từ người lãnh đạo đứng đầu địa phương có tiềm năng phát triển du lịch nông nghiệp, nông thôn để xây dựng Làng du lịch nông thôn, nông nghiệp thông minh có hai mục tiêu:

- Tạo sức mạnh nội sinh trong cộng đồng dân cư kết nối với nguồn lực bên ngoài vùng cho sự phát triển kinh tế nông thôn toàn diện gắn với chương trình mục tiêu Quốc gia xây dựng nông thôn mới (ví dụ: mô hình hội quán nông dân ở Đồng Tháp hay các nhóm sở thích nghề, trong đó có du lịch cộng đồng của 12 dân tộc thiểu số tại huyện Lâm Bình, tỉnh Tuyên Quang).

- Tăng cường quảng bá hình ảnh miền quê đáng sống thân thiện và các nét đặc sắc riêng có về văn hóa lịch sử, các sản phẩm OCOP đặc hữu đặc sản thu hút hấp dẫn du khách./.