



Phát triển CHUỖI GIÁ TRỊ DU LỊCH NÔNG NGHIỆP

■ Ngô Thị Phương Lan

Trường Đại học KHXH&NV - Đại học Quốc gia thành phố Hồ Chí Minh

Du lịch là một trong những ngành công nghiệp có tốc độ tăng trưởng nhanh và ảnh hưởng mạnh nhất tới nền kinh tế toàn cầu. Cùng với sự phát triển và thay đổi của nhu cầu, động cơ du lịch, các loại hình và sản phẩm du lịch ngày càng trở nên phong phú, đa dạng. Với Nghị quyết số 08-NQ/TW của Bộ Chính trị về phát triển Du lịch trở thành ngành Kinh tế mũi nhọn và Quyết định số 147/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ về việc phê duyệt Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030, nhiều địa phương đã tích cực triển khai xây dựng các đề án nhằm thực hiện hóa các chính sách, đưa du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, là động lực thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội; có tính chuyên nghiệp, có hệ thống cơ sở vật chất kỹ thuật tương đối đồng bộ, hiện đại; sản phẩm du lịch có chất lượng cao, đa dạng, có thương hiệu, mang đậm bản sắc văn hóa dân tộc, có khả năng cạnh tranh trong nước và quốc tế, trong đó có du lịch nông nghiệp (DLNN).

Những chuyển biến tích cực của tình hình dịch bệnh trong thời gian gần đây cho phép nước ta và ngành du lịch bước vào thời kỳ phục hồi với những bước đi thận trọng, vừa đảm bảo chống dịch hiệu quả, vừa phát triển kinh tế - xã hội. Bài viết hướng đến phân tích vai trò của việc liên kết chuỗi DLNN như là một giải pháp nhằm phục hồi du lịch và phát triển du lịch bền vững cho Việt Nam bởi nền kinh tế nông nghiệp đang trên đà phát triển, gắn liền với cảnh quan đa dạng của vùng nông thôn.

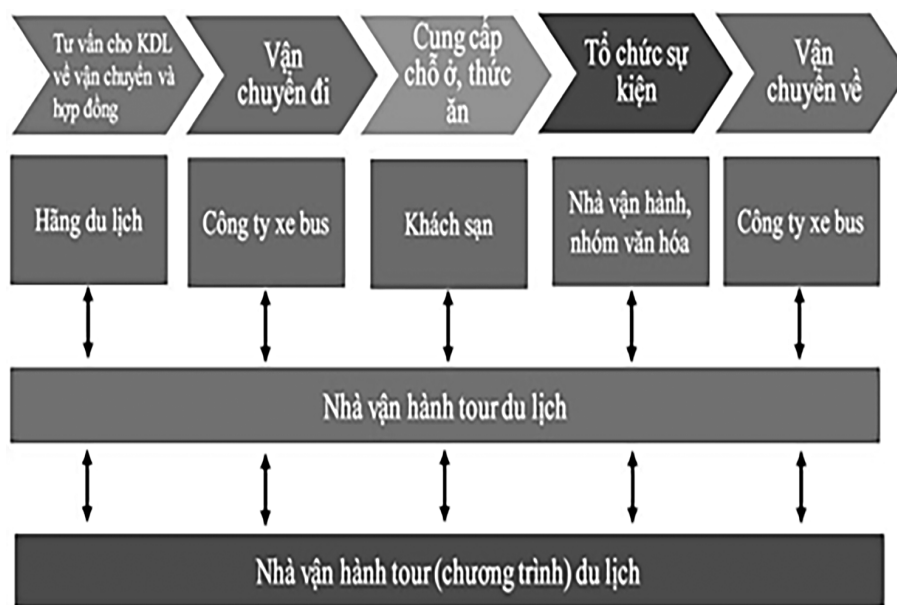
1. Chuỗi giá trị du lịch nông nghiệp

Theo Hawkins & Nikolova (2005), chuỗi giá trị du lịch được định nghĩa đơn giản là một hệ thống mô tả cách mà các công ty tư nhân hợp tác với Chính phủ và xã hội tiếp cận và nhận những nguồn lực đầu vào, đem lại thêm các giá trị thông qua nhiều quá trình khác nhau (lập kế hoạch, phát triển, tài chính, marketing, phân phối, định giá...) và bán sản phẩm cuối tới tay khách hàng (Ngô Thị Phương Lan, Nguyễn Thị Vân Hạnh, 2020).

Chuỗi giá trị du lịch hiểu ở phạm vi mở rộng bao gồm chuỗi hoạt động từ xúc tiến, quảng bá, giao thông vận tải (đường bộ, đường thủy, đường không), thủ tục xuất nhập cảnh, quản lý điểm đến, môi trường du lịch, vệ sinh an toàn thực phẩm... của nhiều tổ chức, ban, ngành liên

quan, các doanh nghiệp và người dân để cùng đưa những đầu vào là giá trị các tài nguyên du lịch tự nhiên, các giá trị văn hóa, lịch sử... thành sản phẩm đầu ra mang lại cảm xúc thăng hoa cho du khách, từ đó mang lại nguồn thu và lợi nhuận lớn cho ngành Du lịch và đóng góp vào sự tăng trưởng kinh tế của cả quốc gia (Nguyễn Văn Đình, 2020).

Một trong những vấn đề quan trọng của chuỗi giá trị du lịch là xác định được các tác nhân tham gia chuỗi cũng như vẽ được sơ đồ chuỗi, trong đó thể hiện rõ sự tham gia, tương tác giữa các tác nhân này. Một trong những sơ đồ cơ bản về chuỗi giá trị du lịch được trình bày trong hình dưới đây (Ngô Thị Phương Lan, Nguyễn Thị Vân Hạnh, 2020, trang 412):



Sơ đồ 2. Chuỗi giá trị trong ngành du lịch theo cách tiếp cận của GTZ

Theo cách tiếp cận này, chuỗi giá trị du lịch bao gồm tổng thể các dịch vụ tạo thành sản phẩm du lịch được kết hợp lại dưới sự tổ chức của nhà vận hành tour du lịch để mang đến một sản phẩm hoàn chỉnh cho du khách. Cách tiếp cận này chủ yếu xem du lịch là một hoạt động kinh tế, do đó cũng

cần xem xét thêm chuỗi giá trị này dưới góc độ xã hội (Trần Đức Thanh, 2005). Chính vì vậy, bên cạnh những thành tố phản ánh các hoạt động chính trong chuỗi giá trị du lịch như hình minh họa ở trên, chuỗi còn có thể xuất hiện những yếu tố

liên quan mang tính hỗ trợ hay tác động như các cơ quan quản lý trực tiếp và hữu quan, các hoạt động, nhà cung cấp liên quan (công nghệ thông tin viễn thông, xây dựng, sức khỏe, nông nghiệp...), những yếu tố này có thể làm suy giảm hoặc gia tăng hiệu quả hoạt động và mối liên hệ giữa các thành tố chính trong sơ đồ chuỗi giá trị du lịch (Ngô Thị Phương Lan, Nguyễn Thị Vân Hạnh, 2020).

DLNN (agritourism) xuất hiện từ đầu thế kỷ XX và đã nhanh chóng lan rộng trên toàn thế giới. Tại Việt Nam, hiện vẫn chưa có khái niệm chính thức về loại hình du lịch này, tựu chung lại, nội dung chính liên quan đến nội hàm DLNN được hiểu như: (1) kết hợp giữa du lịch và nông nghiệp; thu hút du khách đến tham quan các hoạt động liên quan đến nông nghiệp; (2) mục đích tăng thu nhập cho nông dân; (3) tạo cho du khách cơ hội giải trí, hoạt động rèn luyện thể lực và tinh thần, gần gũi với thiên nhiên và trải nghiệm cuộc sống nhà nông; (4) điểm đặc biệt của DLNN chính là sự kết hợp giữa các giá trị tự nhiên và giá trị văn hóa truyền thống tại khu vực nông thôn (Ngô Thị Phương Lan, Trần Anh Tiến, Hoàng Ngọc Minh Châu, 2020, trang 3).

Hoạt động DLNN đã và đang trở thành hoạt động kinh tế - xã hội đang được chú trọng tại nhiều vùng nông thôn Việt Nam do những lợi ích rõ nét mà hoạt động này mang lại đối với phát triển kinh tế nông thôn, văn hóa xã hội theo hướng bền vững (Ngô Thị Phương Lan, Nguyễn Thị Vân Hạnh, Trần Tuyên, 2021a, trang 4). Trong định hướng của Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam, du lịch sinh thái gắn với nông nghiệp, nông thôn được xác định là 1 trong 5 dòng sản phẩm chủ đạo. DLNN, nông thôn là một phần không thể thiếu trong chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2021-2025, là một sản phẩm trong 6 nhóm sản phẩm của chương trình Mỗi xã một sản phẩm (OCOP). DLNN hiện đang trở thành xu thế

phát triển ở nhiều vùng du lịch cả ba miền Bắc - Trung - Nam.

Liên quan tới chuỗi giá trị DLNN, theo Huỳnh Trường Huy (2019, dẫn theo Ngô Thị Phương Lan, 2021, trang 51), cần khai thác theo hướng chuỗi giá trị nông nghiệp, bao gồm: từ đầu vào đến khâu sản xuất đến khâu thương mại rồi đến khâu sơ chế, chế biến rồi đến khâu phân phối. Trong đó:

1/ Nhóm tác nhân tham gia chức năng cung cấp các yếu tố đầu vào bao gồm: sản xuất/cung cấp giống, sản xuất/cung cấp vật tư nông nghiệp, cung cấp dịch vụ kỹ thuật/trời tiêu;

2/ Nhóm tác nhân sản xuất gồm hộ nông dân, hợp tác xã, tổ hợp tác;

3/ Nhóm thương mại bao gồm thu gom/thương lái, vựa, đại lý;

4/ Nhóm sơ chế, chế biến bao gồm nhà sản xuất, sơ chế, chế biến sản phẩm hoàn chỉnh;

5/ Nhóm phân phối bao gồm đại lý, vựa, bán sỉ, bán lẻ.

Tóm lại, nghiên cứu này xác lập khái niệm Chuỗi giá trị DLNN (dựa theo nghiên cứu của Ngô Thị Phương Lan, 2021, trang 52) là một hệ thống liên kết các tổ chức, con người, công nghệ, hoạt động, thông tin và nguồn lực tham gia vào việc tạo ra một sản phẩm hay dịch vụ du lịch dựa trên nền tảng hoạt động nông nghiệp hướng tới việc gia tăng giá trị của sản phẩm DLNN hay thành tố của sản phẩm DLNN.

2. Tiềm năng phát triển chuỗi giá trị DLNN ở Việt Nam: cơ hội và thách thức

2.1. Cơ hội

Thứ nhất, nền kinh tế Việt Nam phát triển theo hướng mở cửa và hội nhập quốc tế

Việc tham gia FTAs đã giúp thương mại tăng trưởng ổn định, đóng góp lớn vào GDP, nâng cao khả năng cạnh tranh của nông sản Việt Nam trên thị trường thế giới. Kim ngạch xuất nhập khẩu nông sản liên tục tăng trưởng. Cả nước đã xây dựng và phát triển mô hình chuỗi giá trị sản phẩm nông nghiệp và triển khai các chương trình: (1) An ninh lương thực, (2) Quản lý vệ sinh an toàn thực phẩm, (3) Nghiên cứu, chuyển giao khoa học - công nghệ, (4) Đầu tư công và thu hút đầu tư tư nhân, (5) Triển khai chính sách tín dụng trong nông nghiệp, (6) Bảo vệ môi trường, (7) Giảm thiểu và thích ứng biến đổi khí hậu, (8) Phát triển chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới và chương trình Mỗi xã một sản phẩm (OCOP).

Thứ hai, ngành du lịch ở Việt Nam được coi là ngành kinh tế mũi nhọn trong chiến lược phát triển quốc gia

Đối với ngành du lịch, kể từ khi có Nghị quyết 08-NQ/TW của Bộ Chính trị về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, ngành du lịch đã có

bước phát triển mạnh mẽ. Bên cạnh việc phát triển các sản phẩm du lịch mang bản sắc của từng vùng miền, du lịch Việt Nam trong đó có DLNN đã hướng đến sự liên kết để cùng nhau phát triển.

Thứ ba, nông nghiệp Việt Nam đã từng bước phát triển theo hướng sản xuất hàng hóa lớn, phát huy lợi thế tự nhiên, tiềm năng của các vùng miền

Trong 10 năm qua, nông nghiệp Việt Nam đã từng bước phát triển theo hướng sản xuất hàng hóa lớn, phát huy lợi thế tự nhiên, tiềm năng của các vùng miền gắn với nhu cầu thị trường, năng suất và chất lượng của sản phẩm nông nghiệp ngày càng cao, góp phần đảm bảo an ninh lương thực, ổn định kinh tế vĩ mô trong bối cảnh kinh tế trong nước và quốc tế có nhiều biến động. Ngành nông nghiệp không chỉ đáp ứng nhu cầu lương thực thực phẩm và nguyên liệu cho phát triển các ngành công nghiệp,



Du lịch được coi là ngành kinh tế mũi nhọn trong chiến lược phát triển Quốc gia
(Ảnh: Hội thảo Du lịch năm 2021 với chủ đề "Du lịch Việt Nam - Phục hồi và Phát triển" - Nghệ An, 12/2021)

dịch vụ mà còn đóng góp quan trọng cho thị trường xuất khẩu toàn cầu. Việc tái cơ cấu ngành nông nghiệp đã góp phần quan trọng vào kết quả sản xuất, kinh doanh của toàn ngành.

Thứ tư, phát triển DLNN trong bối cảnh chương trình Mục tiêu Quốc gia Xây dựng nông thôn mới và OCOP

Chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2010-2020 đã đạt được những thành tựu đáng kể trong việc làm thay đổi diện mạo và chất lượng sống của người dân ở nông thôn. Tuy nhiên, do có xuất phát điểm thấp và nguồn lực còn hạn chế nên Chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới vẫn còn hạn chế về chất lượng cuộc sống, đặc biệt là nâng cao cuộc sống người dân. Do vậy, việc nâng cấp chuỗi giá trị DLNN phải gắn với mục tiêu xây dựng nông thôn mới đó là xây dựng nông thôn thành một nơi đáng sống.

Loại hình du lịch này đang dựa trên ba tọa độ: nông thôn, nông nghiệp và nông dân. DLNN là một hình thức giúp cho sự phát triển bền vững nông thôn thông qua việc phát huy những giá trị sinh thái, văn hóa để tạo ra tăng trưởng kinh tế. Ngược lại, động lực phát triển từ chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới và OCOP cũng giúp nâng cấp chuỗi giá trị DLNN xây dựng trên quan điểm liên kết tương hỗ trong du lịch và nông nghiệp đẩy mạnh gia tăng giá trị nông nghiệp đưa những giá trị sản phẩm nông nghiệp, nông thôn ra bên ngoài qua kênh quảng bá từ du khách, từ đó tăng giá trị cốt lõi của sản phẩm nông nghiệp địa phương nhằm thúc đẩy kinh tế hộ gia đình và địa phương.

Trong thời gian qua, giá trị và hiệu quả của chương trình OCOP và các chương trình nông sản sạch ngày càng được khẳng định. Tất cả sản phẩm khi được công nhận là sản phẩm OCOP đều trải qua quá trình đánh giá nghiêm ngặt và đáp ứng đầy đủ các tiêu chí, do vậy thông qua chương trình OCOP, các sản phẩm nông sản đã được đa dạng hóa và được

chuẩn hóa. Sự đa dạng về sản phẩm và sự gia tăng chất lượng sản phẩm đã góp phần làm phong phú cho sản phẩm du lịch và từ đó làm tăng giá trị cho DLNN.

2.2. Thách thức

Trong giai đoạn hiện nay và sắp tới, bên cạnh các yếu tố thuận lợi cũng tồn tại những yếu tố thách thức an ninh phi truyền thống như dịch bệnh có tính chất toàn cầu, biến đổi khí hậu và kinh tế tăng trưởng chậm như là các thách thức tiếp diễn của giai đoạn hiện nay, cụ thể như sau:

Thứ nhất, tác động của cuộc khủng hoảng kinh tế toàn cầu và đại dịch Covid-19

Khủng hoảng kinh tế do dịch bệnh Covid-19 gây ra phần lớn là do sự suy giảm nhu cầu, khi không có nhiều người tiêu dùng mua hàng hóa và dịch vụ. Sự suy giảm này thể hiện rõ ở một số ngành và lĩnh vực bị ảnh hưởng nặng nề, như vận tải và du lịch. Du lịch là một trong những lĩnh vực chịu ảnh hưởng nhiều nhất từ cuộc khủng hoảng này biểu hiện bằng tình trạng lạm phát, doanh thu sụt giảm, không thể đi du lịch do các biện pháp giãn cách, cách ly y tế để phòng, chống dịch bệnh. Đại dịch toàn cầu Covid-19 dù chỉ mới xảy ra từ đầu năm 2020 nhưng đã tác động mạnh mẽ một cách có hệ thống đến ngành du lịch khiến cho bức tranh du lịch Việt Nam và toàn cầu thời gian qua là một mảng tối chưa từng có.

Thứ hai, ô nhiễm môi trường và sự biến đổi khí hậu

Khí hậu định hình các hệ thống canh tác trong khu vực nên sản xuất nông

ngành cũng bị ảnh hưởng bởi hạn hán, xâm ngập mặn, lũ lụt và sâu bệnh. Sự biến đổi khí hậu thách thức các mối quan hệ truyền thống giữa người nông dân và vùng đất của họ và tạo thêm gánh nặng cho các nền kinh tế dựa vào nông nghiệp và tài nguyên thiên nhiên. Ví dụ, đất đang mất dần độ phì nhiêu và khả năng chống lại tác động của nhiệt độ khắc nghiệt do rút ngắn thời gian bỏ hoang, không có khả năng đầu tư vào phân bón và mất các biện pháp cải tạo để xây dựng chất hữu cơ. Hay những kiến thức và thực hành truyền thống, đặc biệt là những kiến thức góp phần vào khả năng phục hồi của hệ sinh thái, có thể biến mất do biến đổi khí hậu. Chính vì vậy, sự chuyển đổi sang DLNN cần kết hợp nhiều biện pháp ứng phó với biến đổi khí hậu.

Thứ ba, hoạt động kinh doanh du lịch chịu ảnh hưởng mạnh của tính thời vụ

Tính mùa vụ điều tiết hoạt động DLNN rất lớn bởi ảnh hưởng đến các sản phẩm nông sản và hoạt động công tác nông nghiệp, nguồn tài nguyên quan trọng hình thành nên sản phẩm/dịch vụ DLNN. Thời vụ ngắn trong DLNN làm cho việc sử dụng tài nguyên du lịch, cơ sở vật chất kỹ thuật và lao động không hết công suất gây lãng phí lớn. Nguồn lao động trong cơ sở du lịch không được sử dụng hết dễ gây sự chuyển dịch việc làm. Mối quan tâm của nhân viên trong việc nâng cao trình độ nghiệp vụ bị hạn chế. Việc phân bổ không đồng đều của hoạt động du lịch theo thời gian cũng gây ảnh hưởng không tốt đến các ngành kinh tế và dịch vụ có liên quan.

Thứ tư, cơ chế quản lý chuỗi giá trị DLNN còn yếu kém, thiếu đồng bộ

Điều quan trọng của DLNN đối với các mô hình thể hiện rõ tính liên kết chuỗi thì cần đẩy mạnh nhận thức của các bên liên quan để hướng đến quản lý chuỗi bền vững. Trong đó vai trò của chính quyền địa phương rất quan trọng trong việc duy trì các chuỗi này. Đối với những loại hình như thế này, địa phương cần tạo điều kiện để chuẩn hóa, tạo cơ chế

quản lý cho phù hợp để thúc đẩy sự phát triển của các chuỗi, tránh sự cạnh tranh không lành mạnh khi phát sinh mâu thuẫn về lợi ích do nguồn lợi từ du lịch đem đến.

Kết quả nghiên cứu cho thấy, sự kết nối giữa du lịch và nông nghiệp chưa tìm được tiếng nói chung, chưa phát huy lợi thế của cả hai ngành. Kết nối giữa doanh nghiệp lữ hành và điểm đến còn khó khăn, sản phẩm DLNN chưa phù hợp với xu hướng phát triển và nhu cầu của thị trường, chưa thuận lợi trong việc kết nối tour... Bên cạnh đó, liên kết giữa nông nghiệp, du lịch và sản xuất thương mại chưa thực sự hiệu quả. Vấn đề liên kết giữa các vùng cũng đã được đặt ra từ lâu, nhưng không có tiếng nói chung, dẫn đến tình trạng khai thác sản phẩm du lịch chồng chéo nhau.

3. Các giải pháp phát triển chuỗi giá trị DLNN để phục hồi du lịch bền vững

Có thể nói, hình thành và phát triển chuỗi giá trị DLNN là giải pháp trọng tâm trong liên kết chuỗi giá trị DLNN nhằm phục hồi du lịch bền vững. Để thực hiện thành công giải pháp này, một số giải pháp hỗ trợ như sau:

Thứ nhất, xác định các tác nhân tham gia chuỗi và vẽ ra sơ đồ chuỗi. Việc xác định đầy đủ các bên sẽ tham gia vào hoạt động cung cấp sản phẩm/dịch vụ DLNN là rất quan trọng, quá trình này sẽ liên kết nhiều bên liên quan, huy động nguồn lực tổng hợp, tạo điều kiện cho DLNN phát triển bền vững, tăng khả năng ứng phó với rủi ro và phục hồi.

Thứ hai, cần nâng cao chất lượng, tính đa dạng, đặc thù của sản phẩm



Xác định sản phẩm DLNN trọng điểm tạo màu sắc riêng biệt và sức hút đối với du khách

DLNN tương ứng với các địa phương trong vùng và định hướng thương hiệu cho toàn vùng. Các tỉnh cần quan tâm đến việc nghiên cứu tài nguyên du lịch đặc trưng của địa phương, từ đó, xác định sản phẩm DLNN trọng điểm để đầu tư, tạo được màu sắc riêng biệt và tạo sức hút đối với du khách.

Thứ ba, tạo ra các điều kiện hỗ trợ phát triển DLNN. Các nội dung như chính sách phát triển DLNN, nguồn nhân lực, hệ thống kết cấu hạ tầng và cơ sở vật chất - kỹ thuật của ngành cần được các cấp quản lý quan tâm đầu tư.

Thứ tư, hoạt động xúc tiến, quảng bá cần được chú trọng đầu tư có trọng tâm, trọng điểm thông qua việc xác định được sản phẩm, dịch vụ DLNN đặc thù của từng địa phương và toàn vùng, từ đó, đẩy mạnh phát triển và lan tỏa thương hiệu DLNN. Hoạt động xúc tiến, quảng bá cần ứng dụng các tiến bộ của công nghệ thông tin, sự phát triển của Internet, mạng xã hội

và kinh tế chia sẻ trong du lịch để đạt được hiệu quả.

Thứ năm, từng bước chuẩn hóa, nâng cấp và phát triển các điểm DLNN theo bộ tiêu chí dịch vụ du lịch cộng đồng và điểm du lịch thuộc nhóm thứ 6 của chương trình Mỗi xã một sản phẩm (OCOP).

Thứ sáu, tiếp tục đẩy mạnh và hiện thực hóa các chính sách liên kết ngành, liên kết vùng, từ đó xác định cụ thể chuỗi giá trị đã được tạo lập trong thời gian qua, đặc biệt xác định rõ vai trò “nhạc trưởng” trong quản lý nhà nước về DLNN cho từng tỉnh và toàn vùng. Các liên kết này phải được đưa vào quá trình hoạch định chính sách, xác định rõ vai trò của các bên liên quan và có lộ trình triển khai rõ ràng. Việc liên kết cũng cần thường xuyên được kiểm tra, đánh giá tính khả thi, hiệu quả để kịp thời điều chỉnh và báo cáo các cấp quản lý can thiệp, hỗ trợ./.