

MÔ HÌNH DU LỊCH NÔNG NGHIỆP: NGHIÊN CỨU TRƯỜNG HỢP CÔNG VIÊN NÔNG NGHIỆP LONG VIỆT, HUYỆN SÓC SƠN, THÀNH PHỐ HÀ NỘI

Nguyễn Thị Hằng

Viện Địa lí Nhân văn

Tóm tắt: Sóc Sơn là huyện ngoại thành Hà Nội với nhiều tiềm năng, lợi thế cho phát triển du lịch nông nghiệp. Hiện nay, trên địa bàn huyện đã hình thành một số mô hình du lịch nông nghiệp, trong đó công viên nông nghiệp Long Việt là một địa chỉ thu hút du khách đến trải nghiệm loại hình du lịch này. Trên cơ sở lý thuyết về mô hình du lịch, bài viết sử dụng cấu trúc của mô hình du lịch nông nghiệp gồm 3 hợp phần, đó là hợp phần tổ chức quản lý, hợp phần sản phẩm và hợp phần triển khai. Từ đó, bài viết áp dụng vào mô hình công viên nông nghiệp Long Việt để thấy được thực trạng phát triển và đề xuất một số kiến nghị thúc đẩy sự phát triển của mô hình trong thời gian tới.

Từ khóa: mô hình du lịch nông nghiệp, công viên nông nghiệp, huyện Sóc Sơn.

Nhận bài ngày 3.3.2022; gửi phản biện, chỉnh sửa, duyệt đăng ngày 26.4.2022

Liên hệ tác giả: Nguyễn Thị Hằng; Email: hangthinguyen95@gmail.com

1. MỞ ĐẦU

Du lịch nông nghiệp (DLNN) đã phát triển ở nhiều quốc gia phương Tây và đang phát triển tại một số quốc gia ở châu Á trong đó có Việt Nam. DLNN luôn gắn với điếm đến là các trang trại, đồng ruộng, vườn cây đang hoạt động hoặc cơ sở mô phỏng hoạt động sản xuất nông nghiệp thậm chí có thể là một cơ sở phi nông nghiệp nhằm mang đến cho du khách sự gần gũi với tự nhiên. DLNN chính là sự kết hợp giữa các giá trị tự nhiên và giá trị văn hóa truyền thống tại khu vực nông thôn. Do vậy, phát triển DLNN phải đảm bảo công bằng cho các chủ thể tham gia, đem lại lợi ích cho người dân địa phương và phát huy nội lực; bảo tồn, phát huy vốn di sản và bảo vệ môi trường; luôn đổi mới và tạo ra sự khác biệt, liên kết làm phong phú sản phẩm; giữ gìn bản sắc, xây dựng hình ảnh đẹp trong lòng du khách và đóng góp vào phát triển nông thôn bền vững [11]. Tại huyện Sóc Sơn, công viên nông nghiệp Long Việt là một mô hình điển hình cho loại hình DLNN, đã hình thành được một số sản phẩm du lịch và có thị trường khách du lịch nhất định. Công viên nằm ven sông Cà Lồ, tại xã Phú Cường, huyện Sóc Sơn, cách thành phố Hà Nội khoảng 25 km. Công viên được Công ty cổ phần Đầu tư Xây dựng Long Việt đầu tư vào năm 2003 với mục đích ban đầu trồng

hoa công nghệ cao phục vụ cho khu đô thị của công ty. Năm 2008, công ty chuyển đổi thành công viên nông nghiệp phục vụ các hoạt động du lịch, tham quan và trồng rau cung cấp cho nhà hàng của công ty. Cho tới năm 2012, công viên nông nghiệp Long Việt chính thức đón khách du lịch là học sinh các trường học, các nhóm gia đình, các doanh nghiệp trên địa bàn thành phố Hà Nội. Trong quá trình vận hành, công viên vẫn đang gặp nhiều khó khăn về cơ cấu quản lý, sản phẩm du lịch, quảng bá du lịch,... Trên cơ sở đó, bài viết này nhằm vận dụng cơ sở lý luận về cấu trúc mô hình DLNN vào công viên nông nghiệp Long Việt và đề xuất một số kiến nghị nhằm phát triển mô hình trong tương lai.

2. NỘI DUNG

2.1. Dữ liệu và Phương pháp nghiên cứu

Bài viết sử dụng các dữ liệu được khai thác từ các bài báo, công trình nghiên cứu trong và ngoài nước về DLNN và kết quả khảo sát thực địa tại huyện Sóc Sơn của đề tài khoa học cấp cơ sở “*Nghiên cứu phát triển mô hình du lịch nông nghiệp tại huyện Sóc Sơn, thành phố Hà Nội*” (HĐ số 02/HĐKH-ĐLNV ngày 4/1/2021). Bằng các phương pháp tổng hợp, phân tích tài liệu, phỏng vấn sâu, bài viết làm rõ được cấu trúc các hợp phần của mô hình DLNN và vận dụng tại công viên nông nghiệp Long Việt cho thấy thực trạng phát triển của mô hình này và những hạn chế trong quá trình triển khai.

2.2. Kết quả nghiên cứu

2.2.1. Cấu trúc của mô hình du lịch nông nghiệp

DLNN là loại hình khá phổ biến tại các vùng nông thôn có điều kiện tự nhiên thuận lợi cho phát triển nông nghiệp và tiềm năng phát triển du lịch. Các mô hình DLNN thường phổ biến dưới hình thức là các doanh nghiệp đầu tư hoặc dựa vào cộng đồng (quy mô hộ gia đình/Hợp tác xã). Mỗi mô hình có những cách thức tổ chức, vận hành riêng, nhưng đều hướng tới thị trường khách du lịch, nâng cao hiệu quả quản lý điểm đến và đóng góp cho cộng đồng, bảo tồn và phát triển bền vững. Vào những năm 1970, lý thuyết hệ thống đã được áp dụng cho khái niệm du lịch và nó đã dẫn đến một số lý thuyết hệ thống về du lịch. Leiper (1990), đã phát triển toàn bộ hệ thống du lịch trên lý thuyết hệ thống và xác định 5 thành phần cơ bản trong đó có 3 yếu tố địa lý, đó là yếu tố con người (khách du lịch); ba vùng địa lý (vùng tạo ra khách du lịch, tuyến đường trung chuyển và vùng điểm đến du lịch) và yếu tố ngành du lịch và lễ hành. Đồng thời, sự tương tác của 5 yếu tố này chịu ảnh hưởng của các yếu tố môi trường bên ngoài như con người, văn hóa xã hội, kinh tế, chính trị, luật pháp,... Còn theo Sérgio Molina (1997), du lịch cũng được xem như một hệ thống, bao gồm một tập hợp các bộ phận hoặc hệ thống con tương tác với nhau để đạt được mục tiêu chung, bao gồm: kiến trúc thượng tầng (các tổ chức khu vực công, tư nhân, quy định, kế hoạch), nhu cầu của khách du lịch, cơ sở hạ tầng (giao thông, điện nước, cơ sở lưu trú,...), danh lam thắng cảnh tự nhiên và văn hóa, cộng đồng địa phương [3].

Theo lý thuyết các bên liên quan của Freeman (2010) [2], các bên liên quan được hiểu một cách bao quát bao gồm khách hàng, nhà cung cấp, đối thủ cạnh tranh, cộng đồng, cơ quan tổ chức thuộc chính phủ, tổ chức chính trị, các hiệp hội. Lý thuyết này được sử dụng

rộng rãi đối với ngành du lịch bởi sự phụ thuộc và năng lực của các bên liên quan có tác động đến quá trình phát triển điểm đến du lịch. Theo tổ chức Du lịch thế giới (UNWTO, 2002), các bên liên quan trong điểm đến du lịch bao gồm cộng đồng địa phương, các nhà chuyên gia du lịch, chính quyền và hệ thống truyền thông, trong đó, cộng đồng là chủ thể đóng vai trò quan trọng nhất trong phát triển bền vững [9]. Để có một mô hình phù hợp với thực tiễn cần phải xác định được các thành phần tham gia và các mối quan hệ giữa những thành phần đó, các yếu tố ảnh hưởng đến việc xây dựng và phát triển mô hình; các điều kiện vận hành mô hình để có hiệu quả [4]. Vì vậy, mô hình DLNN chính là một hệ thống bao gồm các thành phần tham gia và các yếu tố có ảnh hưởng và tác động, thể hiện vai trò và mối quan hệ giữa các chủ thể và các yếu tố tác động trong việc khai thác tài nguyên tự nhiên và văn hóa nông nghiệp nhằm thúc đẩy phát triển DLNN [8]. Dựa trên quan điểm của tác giả Phạm Trung Lương (2019) [4], mô hình DLNN cũng phải thể hiện được 3 yếu tố phản ánh qua 3 hợp phần cơ bản, bao gồm hợp phần tổ chức quản lý, hợp phần sản phẩm du lịch và hợp phần tổ chức triển khai.

2.2.2. Hợp phần tổ chức quản lý

Hợp phần về tổ chức quản lý sẽ thể hiện cấu trúc quản lý hoạt động du lịch với các bên tham gia chính vào mô hình, vai trò và mối quan hệ giữa các bên trong hoạt động phát triển du lịch. Timur & Getz (2002) cũng cho rằng mối quan hệ giữa các chủ thể đóng vai trò quan trọng để nâng cao chất lượng cuộc sống cộng đồng và sự hài lòng của du khách về trải nghiệm du lịch. Tuy nhiên cần phải cân nhắc đến các bên liên quan dựa trên các thuộc tính của mỗi nhóm [9]. Đối với các loại hình du lịch thì mô hình sẽ bao gồm các thành phần tham gia khác nhau nhưng giữa các chủ thể này luôn có mối quan hệ nhất định. Qua nghiên cứu các lý thuyết, các tài liệu và thực tế các mô hình DLNN trong và ngoài nước, bài viết đưa ra các thành phần tham gia vào mô hình DLNN và vai trò của từng chủ thể. Đây là các chủ thể quan trọng của một mô hình DLNN.

Bảng 1. Vai trò của các chủ thể chính trong mô hình DLNN

STT	Chủ thể	Vai trò
1	<i>Chính quyền địa phương và các ngành quản lý</i>	Hoạch định chính sách, tạo hành lang pháp lý và môi trường đảm bảo cho việc phát triển DLNN. Quảng bá, xúc tiến điểm đến du lịch tới các khách du khách.
2	<i>Các hộ gia đình, HTX nông nghiệp/Doanh nghiệp đầu tư DLNN</i>	Chủ thể có vai trò chủ đạo trong mô hình DLNN. Đầu tư về cơ sở hạ tầng, các dịch vụ cần thiết cho mô hình DLNN. Cung cấp các dịch vụ trải nghiệm, khám phá và có thể bao gồm cả các dịch vụ lưu trú, lữ hành, vận chuyên khách du lịch và các dịch vụ liên quan khác.
3	<i>Cộng đồng địa phương</i>	Cung cấp các dịch vụ hỗ trợ khác như phương tiện vận chuyên, sản phẩm, dịch vụ... Ngoài những cá nhân tham gia trực tiếp vào mô hình thì cộng đồng địa phương còn có vai trò gián tiếp thể hiện ở sự giao lưu, sự hiểu khách giữa cộng đồng với du khách.

4	<i>Công ty lữ hành</i>	Cầu nối giữa khách du lịch với người dân, doanh nghiệp cung cấp dịch vụ tại địa phương trong việc tư vấn, lựa chọn điểm đến, các sản phẩm du lịch, các chương trình trải nghiệm... Quảng bá các sản phẩm DLNN, hình ảnh điểm đến.
5	<i>Khách du lịch</i>	Người tiêu thụ sản phẩm du lịch và có vai trò phản biện, mang đến những đóng góp thiết thực cho các dịch vụ DLNN đã trải nghiệm để hoàn thiện và tiệm cận với nhu cầu thị trường.

Bên cạnh những chủ thể trên, mô hình DLNN còn có thể có sự tham gia của các tổ chức quốc tế, các tổ chức phi chính phủ, các tổ chức tư vấn dịch vụ du lịch,... Các chủ thể này có vai trò trực tiếp hoặc gián tiếp trong quá trình phát triển của các mô hình du lịch thông qua việc hỗ trợ phát triển kinh tế - xã hội địa phương, hướng dẫn các bên liên quan, tập huấn, cung cấp các thông tin hoặc tìm kiếm tài trợ cho các hoạt động phát triển DLNN,...

2.2.3. Hợp phần về sản phẩm du lịch

Sản phẩm du lịch được coi là yếu tố cốt lõi thu hút khách du lịch và đảm bảo cho sự phát triển của một điểm đến du lịch. Sản phẩm du lịch phải phù hợp với mục đích phát triển du lịch và nhu cầu của thị trường [4]. Để thu hút khách du lịch thì sản phẩm du lịch cần có tính đặc trưng tạo sự khác biệt với các loại hình du lịch khác. Các sản phẩm của DLNN chính là hoạt động trải nghiệm trong canh tác nông nghiệp; tham gia, tìm hiểu về văn hóa nông nghiệp; các chương trình nấu ăn sử dụng các sản phẩm nông nghiệp. Một số mô hình DLNN còn hướng tới các đối tượng khách du lịch đến học tập, nghiên cứu về sản xuất nông nghiệp. Tuy nhiên, trong mô hình DLNN luôn phải đảm bảo được 3 hoạt động chính, đó là tham quan, tham gia các hoạt động; thưởng thức sản phẩm và mua sắm sản phẩm [1]. Cụ thể hơn về sản phẩm và dịch vụ của DLNN, đó là dịch vụ lưu trú, dịch vụ cung cấp nông sản và đồ uống, giáo dục nông nghiệp, bán hàng trực tiếp, dịch vụ giải trí nông nghiệp, thể thao nông nghiệp, nông nghiệp trị liệu và du lịch văn hóa [7]. Trên cơ sở đó, bài viết đưa ra một số sản phẩm, dịch vụ phổ biến tại các mô hình DLNN:

Bảng 2. Một số sản phẩm, dịch vụ du lịch phổ biến tại các mô hình DLNN

TT	Dịch vụ	Hoạt động
1	<i>Dịch vụ trải nghiệm</i>	Tham quan, trải nghiệm các hoạt động, kỹ thuật truyền thống và hiện đại trong canh tác nông nghiệp tại các trang trại, các vườn cây; tìm hiểu cuộc sống, văn hóa nông nghiệp của người nông dân
2	<i>Dịch vụ ẩm thực</i>	Tham gia nấu ăn tại nhà người dân, trang trại. Thực đơn là những món ăn dân dã sử dụng nguyên liệu của trang trại, các trang trại liên kết hoặc sản phẩm du khách vừa thu hoạch.
3	<i>Dịch vụ lưu trú</i>	Khách lưu trú với tư cách như là một thành viên của gia đình hoặc ngủ tại các homestay để khám phá, tìm hiểu văn hóa bản địa, giao lưu văn hóa, phong tục tập quán, mối quan hệ cộng đồng... làm tăng cường mối quan hệ giữa chủ nhà và khách du lịch

4	<i>Dịch vụ mua sắm</i>	Mua sản phẩm nông nghiệp của trang trại, cửa hàng nông sản, các chợ địa phương làm quà cho người thân, bạn bè. Các đặc sản, sản phẩm sạch địa phương thường được du khách lựa chọn.
5	<i>Dịch vụ tham quan làng nghề</i>	Tại các địa phương có làng nghề truyền thống thường liên kết với các điểm đến DLNN tạo ra các tour du lịch phong phú, trải nghiệm làng nghề.
6	<i>Trải nghiệm các nghi lễ, trình diễn truyền thống gắn với nông nghiệp</i>	Tổ chức các buổi giao lưu văn hóa, các lễ hội truyền thống, trình diễn múa, nhạc dân tộc, các trò chơi dân gian... để thu hút khách du lịch bằng sự đa dạng dịch vụ.
7	<i>Nghiên cứu khoa học, học hỏi mô hình</i>	Thường diễn ra tại các mô hình sản xuất nông nghiệp công nghệ cao, nông nghiệp hữu cơ. Du khách là các đoàn sinh viên, các nhà nghiên cứu đến tham quan, học tập và nghiên cứu.

Tóm lại, mỗi mô hình DLNN ở các địa phương khác nhau, sản phẩm du lịch có thể bao gồm đầy đủ các dịch vụ trên hoặc có thể chỉ có một số dịch vụ. Sự kết hợp giữa các dịch vụ du lịch thì càng tăng sự hấp dẫn với khách du lịch tại các điểm đến.

2.2.4. Hợp phân về tổ chức triển khai

Mỗi mô hình DLNN cần đáp ứng nhu cầu của du khách là được tham quan, tìm hiểu, khám phá, trải nghiệm các sản phẩm du lịch dựa trên các tài nguyên tự nhiên, văn hóa, xã hội... Vì vậy, để có thể triển khai, vận hành mô hình DLNN hiệu quả cần phải đảm bảo một số hoạt động sau:

Cơ chế, chính sách: Chính quyền cần có định hướng, quy hoạch cụ thể và sự hỗ trợ về chính sách, tạo hành lang pháp lý cho chủ thể làm dịch vụ DLNN. Khi các mô hình DLNN tại địa phương phát triển, chính quyền nên tổ chức quy hoạch và đưa vào hệ thống tuyến điểm du lịch của lãnh thổ. Đây cũng như một hình thức quảng bá du lịch đến du khách và đồng thời kết hợp với các công ty lữ hành có thể tạo ra các tour, tuyến du lịch hấp dẫn.

Xây dựng cơ sở vật chất: Cơ sở vật chất bao gồm cơ sở hạ tầng (giao thông, điện nước, thông tin liên lạc,...) và cơ sở vật chất của ngành (cơ sở lưu trú, cơ sở ăn uống,...). Đây là điều kiện quan trọng để khai thác tiềm năng du lịch và tổ chức các dịch vụ nhằm tăng khả năng tiếp cận điểm đến thuận tiện và dễ dàng hơn của du khách. Hoạt động này cần có sự tham gia của chính quyền địa phương, người làm DLNN, cộng đồng địa phương và các tổ chức khác.

Xây dựng sản phẩm và xúc tiến, quảng bá sản phẩm DLNN: Mỗi mô hình cần phải xác định được sản phẩm du lịch phù hợp với thị trường khách du lịch đang hướng tới. Các chủ thể làm DLNN có thể tự xây dựng sản phẩm du lịch hoặc có thể tham vấn chuyên gia và các bên liên quan nhưng cần phải đảm bảo 3 yếu tố là [6]: Nắm rõ tài nguyên du lịch, tư duy phương pháp khai thác; Tiến hành việc đầu tư và tập huấn đào tạo nhân lực cần thiết để tài nguyên du lịch để trở thành sản phẩm, dịch vụ du lịch; và thêm giá trị gia tăng để quảng bá

sản phẩm du lịch. Bên cạnh đó, cần quảng bá hình ảnh du lịch, sản phẩm du lịch qua nhiều kênh khác nhau như truyền thông công cộng, mạng xã hội, tổ chức các hội thảo, website riêng hoặc website của các cơ quan quản lý...

Đào tạo nguồn nhân lực phục vụ DLNN: Sự hài lòng của du khách về sản phẩm, dịch vụ du lịch phụ thuộc rất nhiều vào năng lực của cộng đồng và người làm du lịch. Do vậy, để triển khai mô hình thì cũng cần thực hiện kế hoạch đào tạo, tập huấn cho từng nhóm đối tượng (các kỹ năng quản lý, tiếp thị, giao tiếp, kỹ năng đàm phán thương mại...), tổ chức lớp tham quan học hỏi kinh nghiệm của các mô hình điển hình

2.3. Thực trạng phát triển mô hình Công viên nông nghiệp Long Việt

Công viên nông nghiệp Long Việt là một trong 5 loại mô hình DLNN đang phổ biến, đó là mô hình DLNN dựa vào các trang trại không còn hoạt động nông nghiệp. Cách phân loại mô hình DLNN này dựa trên nghiên cứu của nhóm tác giả Phillip, Hunter và Blackstock (2010) [5]. Sản phẩm du lịch của mô hình này sẽ là các dịch vụ trải nghiệm nông nghiệp, vui chơi, giải trí, cung cấp dịch vụ lưu trú và ăn uống.

2.3.1. Hợp phần tổ chức quản lý của công viên nông nghiệp Long Việt

Chủ thể chính tổ chức quản lý, vận hành công viên: là công ty cổ phần đầu tư xây dựng Long Việt. Trong nội bộ của công viên được tổ chức thành 5 bộ phận: 1) Quản lý cấp cao (giám đốc và phó giám đốc); 2) Bộ phận kế toán: theo dõi, quản lý thu, chi trong phạm vi hoạt động của đơn vị do Ban giám đốc đơn vị quản lý theo quyền hạn được Tổng giám đốc Công ty giao; 3) Bộ phận kinh doanh: phát triển thị trường, khai thác khách hàng, tư vấn chương trình cho khách, đón khách; 4) Bộ phận nhà hàng (phục vụ bếp và bàn); 5) Bộ phận cây xanh cảnh quan, vệ sinh môi trường và buồng phòng. Các bộ phận này xây dựng, phát triển sản phẩm và quản lý mô hình DLNN cũng như đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng, kết nối với thị trường DLNN.

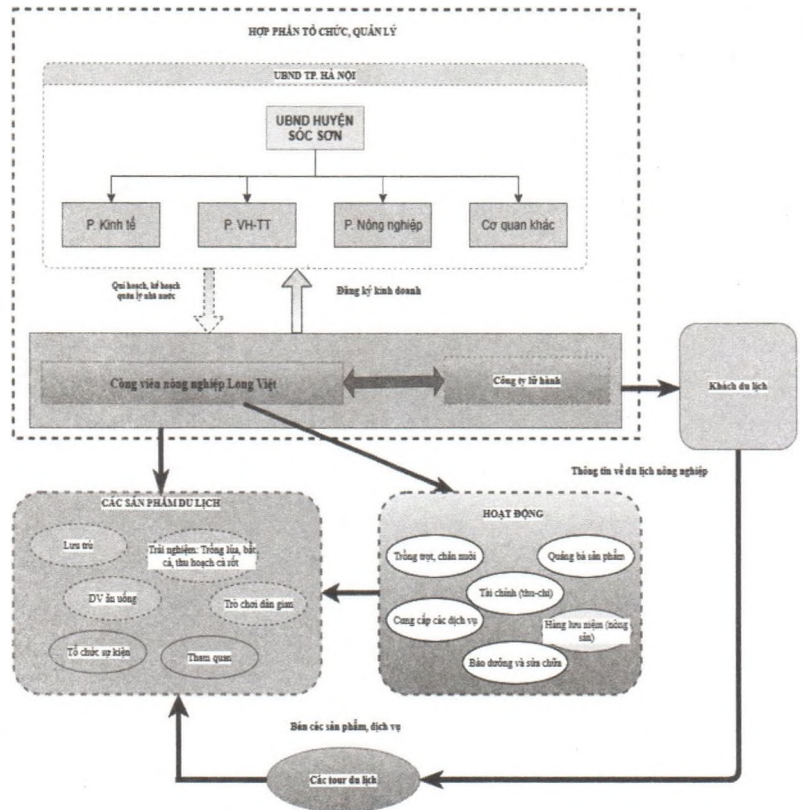
Cơ quan quản lý nhà nước: Theo Điều 4 của Luật Du lịch, công viên Long Việt chịu sự quản lý trực tiếp và gián tiếp của Ủy ban nhân dân (UBND) thành phố Hà Nội, các Sở ngành có liên quan (Sở Du lịch, Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Sở Tài nguyên và Môi trường...), UBND huyện Sóc Sơn (các phòng chuyên môn có liên quan), UBND xã nơi có mô hình. Các cơ quan quản lý nhà nước ở địa phương thực hiện vai trò quản lý về lĩnh vực du lịch, tài nguyên, môi trường, đảm bảo an ninh trật tự. Bên cạnh đó, các ngành tham mưu cho UBND huyện các chính sách, loại hình DLNN cũng như xây dựng quy hoạch, kế hoạch và chính sách phát triển DLNN trình UBND huyện và UBND thành phố phê duyệt.

Công ty lữ hành: Công ty lữ hành đóng vai trò tổ chức sự kiện, thiết kế các sản phẩm, tổ chức các tour du lịch và kết hợp với công viên để tổ chức các hoạt động cho khách du lịch. Tuy nhiên, mối quan hệ giữa công viên nông nghiệp và các công ty du lịch lữ hành chưa có sự liên kết chặt chẽ. Quan hệ giữa 2 chủ thể này là mối quan hệ khách hàng và người cung cấp dịch vụ. Trên thực tế, mối quan hệ giữa 2 chủ thể này phải là mối quan hệ cộng sinh và liên kết chặt chẽ như một hệ sinh thái DLNN.

Hình 1. Cấu trúc của mô hình công viên nông nghiệp Long Việt

Cộng đồng địa phương:

Hiện nay, công viên nông nghiệp Long Việt có hơn 100 lao động, chủ yếu là người địa phương với thu nhập trung bình 5,5 triệu đồng/tháng/lao động. Công viên tạo ra việc làm, chuyển đổi nghề nghiệp cho lao động địa phương, góp phần nâng cao giá trị sản phẩm nông nghiệp địa phương bằng việc cung cấp sản phẩm, dịch vụ cho khách du lịch. Tuy nhiên, sự đóng góp này vào chuỗi giá trị nông sản địa phương của mô hình còn khá thấp do công viên có thể tự cung, tự cấp một phần thực phẩm cho du khách.



Khách du lịch: Khách du lịch đến với công viên nông nghiệp Long Việt hiện nay chủ yếu là học sinh, sinh viên của các trường học, công ty, câu lạc bộ, hoặc các nhóm hộ gia đình trên địa bàn thành phố Hà Nội. “Mỗi năm công viên đón khoảng 1.000-2.500 khách, có năm lên tới hơn 3.500 khách đến tham quan trải nghiệm, chủ yếu là học sinh các cấp, các đoàn khách thân thiết của công viên hoặc các đối tác của công ty. Tuy nhiên, năm nay, ảnh hưởng của dịch bệnh, công viên phải đóng cửa không đón khách tới 5 tháng và giờ đang cải tạo lại cảnh quan để đón các đoàn khách sau thời gian giãn cách” (PVS, lãnh đạo công viên, tháng 10/2021).

2.3.2. Hợp phần sản phẩm của công viên nông nghiệp Long Việt

Dựa trên lợi thế ven sông Cà Lồ và cảnh quan tự nhiên, văn hóa vùng nông thôn Bắc Bộ, Đây là một địa điểm gần gũi với thiên nhiên, du khách có thể tham gia các hoạt động, trò chơi như trồng cây, đạp xe dạo quanh công viên, chèo thuyền, bơi lội, câu cá... và một số trò chơi phục vụ cho các du khách là các học sinh. Cụ thể:

- *Trải nghiệm hoạt động nông nghiệp:* là các hoạt động trải nghiệm thực tế như làm người nông dân thực thụ như hái trái cây theo mùa hoặc gieo hạt, trồng cây, cho động vật ăn.
- *Tổ chức các trò chơi dân gian:* Tại đây, diễn ra nhiều trò chơi dân gian như bịt mắt đập niêu, ô ăn quan, chơi chuyền,... tại sân chơi và khu nhà dài của công viên. Bên cạnh đó, công viên tổ chức một số hoạt động trải nghiệm như câu cá, bắt cá bằng nơm, bơi thuyền

thùng ven sông Cà Lồ.

- *Thưởng thức ẩm thực đồng quê*: Công viên có khu nhà phục vụ nhu cầu ẩm thực của du khách Đến với công viên, du khách được thưởng thức các món ăn sử dụng sản phẩm của địa phương.. Bên cạnh đó, công viên còn cung cấp dịch vụ cho học sinh tham gia nấu cơm niêu, tập làm bếp.

- *Dịch vụ lưu trú cho gia đình và đoàn*: Trong công viên có 7 gian nhà truyền thống có sức chứa khoảng 20 người, 3 căn nhà nghỉ cho hộ gia đình và nhà ở cộng đồng. Các nhà xây dựng theo phong cách nhà truyền thống vùng nông thôn đồng bằng Bắc Bộ, chất liệu nhà bằng gỗ và được mua từ các tỉnh Nam Định và Bắc Giang. Tuy nhiên, các sản phẩm dịch vụ lưu trú qua đêm tương đối ít, khách chủ yếu đến trong ngày và chỉ nghỉ qua trưa.

- *Tổ chức sự kiện cho các doanh nghiệp*: Tổ chức các hoạt động teambuilding, chương trình văn nghệ cho các đoàn khách là các doanh nghiệp thân thiết của công ty.

- *Một số dịch vụ khác*: Công viên còn cung cấp một số sản phẩm, dịch vụ có giá trị tăng thêm như bể bơi, thăm quan công viên bằng xe đạp, xe điện, chơi bắn súng sơn. Công viên có 3 xe điện, 5 xe đạp để du khách có thể đi dạo trong khuôn viên công viên.

2.3.3. Hợp phần triển khai của công viên nông nghiệp Long Việt

Trong hợp phần này, công ty đã thực hiện được hoạt động sau:

- *Đầu tư xây dựng cơ sở hạ tầng*: Toàn bộ cơ sở hạ tầng phục vụ hoạt động du lịch của công viên đều do công ty tự đầu tư xây dựng trên diện tích 12 ha (khu nhà lưới trồng rau, khu nhà hàng, khu lưu trú, khu vui chơi-giải trí, khu vườn cây ăn quả, khu nuôi các động vật). Giao thông kết nối công viên với mạng lưới giao thông (quốc lộ 18 và tuyến đường khác) chưa được chú trọng nên chưa thuận lợi cho xe khách lớn đi vào.

- *Xây dựng sản phẩm du lịch*: Công ty có phần đầu tư xây dựng Long Việt xây dựng, phát triển sản phẩm du lịch cho công viên Long Việt dựa vào nhu cầu thị trường các dịch vụ du lịch gắn với môi trường, văn hóa nông nghiệp, nông thôn vùng đồng bằng sông Hồng. Các dịch vụ trong mô hình trải nghiệm nông nghiệp, trò chơi dân gian, ẩm thực quê (thực phẩm sạch do công viên tự nuôi trồng và thực phẩm sạch tại địa phương).

- *Hướng dẫn du khách trải nghiệm hoạt động nông nghiệp*: Công viên tổ chức các hoạt động trải nghiệm nông nghiệp cho học sinh (bắt cá, trồng lúa, cho thú ăn), hướng dẫn du khách chơi các trò chơi dân gian, đua thuyền,...

- *Xây dựng kênh phân phối sản phẩm*: Hầu hết khách du lịch đến công viên qua thông tin trên website hoặc đối tác của công ty và một phần nhỏ đến từ các công ty tổ chức tour. Trong khi đó, thị trường DLNN phần lớn là các trường học, các công ty và thị trường này thường thông qua các công ty du lịch, công ty lữ hành để tổ chức tour du lịch. Do đó, tính cạnh tranh trên sản phẩm trên thị trường hạn chế.

- *Xây dựng hệ thống quảng bá sản phẩm*: Hiện tại, công viên chủ yếu quảng bá qua website công ty đã xây dựng bao gồm các thông tin về giá dịch vụ, sản phẩm du lịch, tổng quan thông tin về công viên,... và một phần qua Facebook, Youtube, Google/Map.

- *Cơ chế tài chính*: Công viên nông nghiệp Long Việt hoạt động như một doanh nghiệp du lịch, hoạt động thu và chi từ hoạt động du lịch của công viên chính là doanh thu của doanh nghiệp và được quản lý bởi Công ty Cổ phần xây dựng Long Việt, chịu giám sát và trách nhiệm đóng thuế, hoạch toán thu chi như doanh nghiệp. “*Nguồn tài chính của công viên cũng tương đối ổn định do cũng nhiều đoàn khách đến trải nghiệm. Tuy nhiên, trong 2 năm gần đây, công viên chịu ảnh hưởng nặng nề bởi đại dịch Covid -19, do vậy, nguồn thu khá eo hẹp, chỉ đủ duy trì chi trả lương, hỗ trợ cho người lao động, khấu hao tài sản và tiền thuê đất*” (PVS, lãnh đạo công viên, tháng 10/2021).

2.3.4. Một số hạn chế và nguyên nhân trong quá trình phát triển công viên nông nghiệp Long Việt

Từ thực trạng phát triển của công viên nông nghiệp Long Việt, có thể thấy trong quá trình phát triển của mô hình còn nhiều hạn chế. Bộ máy tổ chức quản lý của mô hình hiện chưa hoàn thiện, thiếu vắng một số chủ thể quan trọng của một mô hình DLNN và sự liên kết giữa các chủ thể còn khá mờ nhạt. Mô hình còn khá khiêm tốn trong việc thu hút, liên kết với cộng đồng địa phương trong việc cung cấp, tăng giá trị các dịch vụ. Trong khi đó, các chủ thể này có vai trò quan trọng để duy trì sự phát triển bền vững của mô hình, đảm bảo tính đổi mới, cạnh tranh, chất lượng và đa dạng sản phẩm. Sản phẩm, dịch vụ của công viên khá đa dạng tuy nhiên lại thiếu đi một sản phẩm đặc trưng của mô hình DLNN là dịch vụ mua sắm cho du khách. Huyện Sóc Sơn có lợi thế về sản phẩm nông nghiệp với 61 sản phẩm OCOP đạt từ 3 sao trở lên [10] nhưng mô hình chưa tận dụng thuận lợi này để phục vụ nhu cầu mua sắm và tâm lý của khách du lịch về sản phẩm nông nghiệp sạch, an toàn vệ sinh thực phẩm. Do vậy, mô hình chưa đem lại lợi ích kinh tế cho người nông dân và cộng đồng địa phương.

Huyện Sóc Sơn là địa phương có nhiều tiềm năng, lợi thế phát triển du lịch tâm linh, du lịch văn hóa, du lịch sinh thái, giải trí, thể thao và DLNN. Tuy nhiên, xét trong mối quan hệ tổng thể, mô hình DLNN này chưa có sự liên kết với các mô hình khác hoặc loại hình du lịch khác trên địa bàn hướng tới các tour du lịch dài ngày cho du khách, tránh sự nhàm chán về các sản phẩm, dịch vụ du lịch. Bên cạnh đó, sản phẩm du lịch của mô hình còn trùng lặp với các mô hình DLNN ở các địa phương lân cận (các huyện như Gia Lâm, Long Biên và Ba Vì) và cạnh tranh ngay với điểm đến du lịch ở huyện Sóc Sơn (như khu du lịch sinh thái bán Rôm) và thiếu các sản phẩm chủ đạo và chưa có tính sáng tạo riêng. Hoạt động quảng bá du, tiếp thị sản phẩm du lịch và xây dựng thương hiệu còn chưa được chú trọng đầu tư, thông tin quảng bá còn khá khiêm tốn. Công viên chưa xây dựng được kênh phân phối sản phẩm chính thức qua công ty du lịch, công ty lữ hành hoặc các đại lý phân phối khác. Các website của chính quyền địa phương, công ty du lịch lớn hầu như chưa đăng tải thông tin về công viên nông nghiệp Long Việt. Trong khi đây là kênh quảng bá đóng vai trò quan trọng nhằm cung cấp thông tin cho khách du lịch. Mặt khác, trong bối cảnh công nghệ 4.0, khách du lịch thường tham khảo nhiều kênh thông tin để kiểm chứng và đặt lịch đến trải nghiệm.

Các hạn chế trên của công viên được xem xét do một số nguyên nhân sau:

DLNN là loại hình du lịch còn khá mới mẻ ở Việt Nam, do vậy loại hình này chưa nhận được sự quan tâm nhiều của chính quyền địa phương. Hiện nay, tại huyện Sóc Sơn vẫn đang tập trung nguồn lực cho phát triển du lịch văn hóa, du lịch tâm linh và du lịch sinh thái nên hiện nay chưa có quy hoạch, chính sách cụ thể cho phát triển loại hình DLNN. Do vậy, công viên nông nghiệp Long Việt chưa nhận được nhiều sự hỗ trợ từ cơ quan quản lý nhà nước cũng như các tổ chức liên quan khác.

Công ty cổ phần đầu tư xây dựng Long Việt là một doanh nghiệp vừa và nhỏ tập trung chủ yếu ở lĩnh vực kinh doanh, tư vấn bất động sản do vậy chưa có sự đầu tư, nghiên cứu chuyên sâu về xây dựng mô hình du lịch cũng như sản phẩm du lịch, tour du lịch, liên kết du lịch, quảng bá sản phẩm,... cho công viên nông nghiệp. Do vậy, trong thời gian qua, việc phát triển mô hình còn nhiều khó khăn trong cả quá trình vận hành.

Mô hình mới chỉ tập trung chủ yếu vào các phòng ban trong nội bộ công ty do vậy chưa có sự tham gia, liên kết giữa các chủ thể của mô hình DLNN. Do vậy, dẫn tới việc thiếu vắng các chủ thể quan trọng của một mô hình DLNN đúng nghĩa. Bên cạnh đó, nguồn nhân lực chuyên sâu về du lịch và các dịch vụ du lịch còn thiếu nên sản phẩm du lịch chưa có tính sáng tạo và thông tin quảng bá chưa tạo điểm ấn tượng thu hút khách du lịch.

3. KẾT LUẬN

Với các cách tiếp cận, mô hình DLNN được tổ chức, vận hành theo những cách thức khác nhau. Trong bài viết này, cấu trúc mô hình DLNN bao gồm 3 hợp phần là hợp phần tổ chức quản lý, hợp phần sản phẩm và hợp phần tổ chức triển khai. Ứng dụng tại công viên nông nghiệp Long Việt là một mô hình DLNN đúng nghĩa đã tận dụng được nhiều lợi thế của địa phương, tuy nhiên còn nhiều khó khăn, hạn chế trong quá trình vận hành. Vì vậy, để hoàn thiện, phát triển mô hình này trong thời gian tới, cần phải có những giải pháp: (1) địa phương cần có những cơ chế, chính sách hỗ trợ cho phát triển DLNN; (2) bộ máy tổ chức cần đa dạng hóa và tăng cường mối liên kết các chủ thể tham gia chứ không chỉ dừng lại ở bộ máy nội bộ của mô hình; (3) công viên cần xây dựng sản phẩm có tính độc đáo và đầu tư cho hình ảnh, thông tin quảng bá trên nhiều trang thông tin của địa phương và các đơn vị lữ hành; (4) Liên kết với các doanh nghiệp, trang trại cùng loại hình hoặc có loại hình du lịch khác của địa phương tạo sự đa dạng của các điểm đến, tour du lịch nhằm thu hút nhiều đối tượng khách du lịch; (5) nâng cao nguồn nhân lực đặc biệt về lĩnh vực du lịch, bồi dưỡng các kỹ năng quản lý, vận hành, quảng bá, xây dựng sản phẩm, phục vụ theo hướng chuyên nghiệp.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Bilgehan Demirezen (2020), “Agro tourism in Turkey”, *International Journal of Health Management and Tourism*, May 2020, DOI: 10.31201/ijhmt.696185.
2. Freeman, R. E. (2010), *Strategic management: A stakeholder approach*, Cambridge University Press.
3. G. Lohmann and A. Panosso Netto (2017), *Tourism Theory*, Chapter 1.1 General Systems Theory and Tourism, p. 1-7

4. Phạm Trung Lương (2019), *Báo cáo đề tài nghiên cứu “Xây dựng mô hình phát triển du lịch gắn với bảo tồn đa dạng sinh học tại khu dự trữ sinh quyển Kiên Giang”*, Nhiệm vụ KH&CN độc lập cấp quốc gia.
5. Phillip, Hunter và Blackstock (2010), *A typology for defining agritourism*, *Tourism Management* 31 (2010) p.754-758.
6. Hà Văn Siêu, Ando Katsuhiko cb (2013), *Cẩm nang thực tiễn phát triển du lịch nông thôn Việt Nam*, Nxb. Hà Nội.
7. Sznajder, M., Przebórska, L., Scrimgeour, F. (2009), *Agritourism*, Chapter 10.
8. Bùi Thị Cẩm Tú và cộng sự (2021), *Nghiên cứu phát triển mô hình du lịch nông nghiệp tại huyện Sóc Sơn, thành phố Hà Nội*, đề tài cấp cơ sở, Viện Địa lí nhân văn.
9. Quảng Đại Tuyên (2019), “Phát triển bền vững các sản phẩm du lịch văn hóa Chăm ở tỉnh Ninh Thuận: Tiếp cận các bên liên quan”, *Tạp chí Khoa học xã hội miền Trung*, số 06 (62)-2019.

AGRICULTURAL TOURISM MODEL: A CASE STUDY OF LONG VIET AGRICULTURE PARK, SOC SON DISTRICT, HANOI

Abstract: Soc Son is a suburban district of Hanoi with many potentials, advantages for development of agricultural tourism. Currently, a number of agricultural tourism models have been formed in the district where Long Viet Agricultural Park is an attractive place for tourists to experience this type of tourism. On the basis of the theory of the tourism model, the article uses the structure of the agri-tourism model with three components, namely the management and organization component, the product component and the implementation component. Accordingly, the article brings the application of the model of Long Viet agricultural park to see the development situation and propose some recommendations to promote the development of the model in the coming time.

Keywords: Agricultural tourism model, Long Viet agricultural park, Soc Son district.