



ĐÁNH GIÁ TIỀM NĂNG PHÁT TRIỂN VƯỜN CÂY ĂN TRÁI ĐẶC SẢN GẮN VỚI DU LỊCH TẠI HUYỆN TỊNH BIÊN, TỈNH AN GIANG

Võ Hồng Tú^{1*}, Huỳnh Thị Thúy², Nguyễn Quang Tuyền³ và Nguyễn Thùy Trang¹

¹Khoa Phát triển Nông thôn, Trường Đại học Cần Thơ

²Ban Kinh tế - Xã hội, Hội đồng nhân dân huyện Tri Tôn, tỉnh An Giang

³Viện Nghiên cứu Phát triển Đồng bằng sông Cửu Long

*Người chịu trách nhiệm về bài viết: Võ Hồng Tú (vhtu@ctu.edu.vn)

Thông tin chung:

Ngày nhận bài: 01/08/2017

Ngày nhận bài sửa: 12/09/2017

Ngày duyệt đăng: 28/02/2018

Title:

An assessment on potential development of locally special fruits orchards associated with tourism in Tinh Bien district, An Giang province

Từ khóa:

An Giang, cây ăn trái đặc sản, du lịch sinh thái, tiềm năng

Keywords:

An Giang, Eco-tourism, locally special fruits, potentiality

ABSTRACT

The study was conducted to assess the potentialities for developing fruit orchards in Tinh Bien district with the specific objectives: identifying tourists' preferences; analyzing and finding solutions that combine fruit orchards with tourism to create a good impression and to attract tourists. The study is based on an interview of 68 fruit farmers in 4 communes having largest areas of fruit trees as well as the potentiality for tourism development and tourist services in Nui Cam mountain. The study showed that the production of locally special fruits such as Hoa Loc mango, Thanh Ca mango, *Baccaurea ramiflora* and guanabana have high economic performace. In terms of demand, tourists express their preferences for mangosteen, baccouria and star apple. The tourists also prefer activities such as self-picking fruits in the garden, listening to spiritual stories and enjoying fruits on-site and they are willing to pay 66,006, 40,189 and 25,698 VND, respectively, to enjoy these activities. In summary, the establishment and development of the orchard associated with tourism is one of the possible directions in the coming time.

TÓM TẮT

Nghiên cứu được thực hiện nhằm đánh giá tiềm năng phát triển vườn cây ăn trái đặc sản, xác định thị hiếu du khách, phân tích và tìm giải pháp kết hợp giữa vườn cây ăn trái gắn với du lịch nhằm tạo điểm nhấn thu hút du khách, góp phần tăng thu nhập cho các hộ trồng vườn huyện Tịnh Biên. Nghiên cứu thực hiện phỏng vấn 68 hộ nông dân trồng cây ăn trái của 4/14 xã, thị trấn có diện tích trồng cây ăn trái nhiều nhất cũng như có tiềm năng phát triển du lịch và phục vụ khách du lịch ở khu vực Núi Cấm. Kết quả nghiên cứu cho thấy việc sản xuất các loại cây ăn trái đặc sản như: xoài cát Hòa Lộc, xoài Thanh Ca, dâu núi và măng cầu Xiêm đều cho hiệu quả tài chính cao. Đối với khía cạnh cầu, khách du lịch bậc lộ sự ưa thích trái măng cụt, dâu núi và vú sữa và thích các hoạt động như tự hái trái cây tại vườn, nghe câu chuyện tâm linh và thưởng thức trái cây với các mức giá sẵn sàng chi trả cho từng hoạt động này lần lượt là 66.006 đồng, 40.189 đồng và 25.698 đồng. Tóm lại, việc xây dựng và phát triển mô hình vườn cây ăn trái gắn với phát triển du lịch là một trong những hướng đi khả thi trong thời gian tới

Trích dẫn: Võ Hồng Tú, Huỳnh Thị Thúy, Nguyễn Quang Tuyền và Nguyễn Thùy Trang, 2018. Đánh giá tiềm năng phát triển vườn cây ăn trái đặc sản gắn với du lịch tại huyện Tịnh Biên, tỉnh An Giang. Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ. 54(1D): 203-209.

1 GIỚI THIỆU

Cây ăn trái (CAT) là loại thực phẩm cần cho cuộc sống của con người. Theo số liệu thống kê của Cục Trồng trọt thì diện tích trồng CAT cả nước năm 2015 là 819.348 ha, sản lượng là 8,1 triệu tấn. Trong đó, diện tích trồng cây ăn trái ở khu vực Đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL) là 307.062 ha (chiếm 37,5% tổng diện tích cây ăn trái cả nước), sản lượng là 3,8 triệu tấn (chiếm 46,9% tổng sản lượng CAT của cả nước).

An Giang là một tỉnh trọng điểm ở khu vực ĐBSCL trong sản xuất nông nghiệp. Trong những năm gần đây, CAT được xem là nguồn thu nhập chính cho người dân, đặc biệt là khu vực cao và đồi núi. Tổng giá trị ngành trồng trọt toàn tỉnh là 31.241,955 tỷ đồng, trong đó cây ăn trái đóng góp 1.052,512 tỷ đồng với tổng diện tích gieo trồng là 9.290,7 ha. Bên cạnh đó, An Giang được thiên nhiên ưu đãi với nhiều danh lam thắng cảnh, cảnh quan thiên nhiên đa dạng của thất sơn hùng vĩ với những ngọn núi uy nghiêm, hệ thống sông ngòi chằng chịt kết hợp với nhiều lễ hội văn hóa tâm linh nổi tiếng và cửa khẩu biên giới đã giúp An Giang hàng năm đón trên 6 triệu lượt khách đến tham quan du lịch. Trong đó, theo báo cáo của Ban quản lý du lịch huyện Tịnh Biên (2016), hàng năm đến những ngày lễ hội, huyện thu hút trên 3,048 triệu lượt khách trong và ngoài tỉnh đến tham quan và mua sắm, đây chính là lợi thế của huyện nhờ có khu di tích lịch sử cấp quốc gia là chùa Hòa Thạnh và cụm di tích lịch sử văn hóa được công nhận cấp tỉnh. Đặc biệt, Tịnh Biên có chợ cửa khẩu biên giới và Khu bảo vệ cảnh quan rừng trà Trà Sư là những điểm đến ưa thích của du khách khi tham gia các chuyến du lịch.

Tịnh Biên là huyện miền núi có diện tích cây ăn trái là 2.340 ha chiếm 26,16% diện tích cây ăn trái của tỉnh; sản lượng đạt 25.502,22 tấn (Cục Thống kê tỉnh An Giang, 2016). Một số cây ăn trái đặc trưng như xoài với diện tích 1.390,2 ha, sản lượng 15.488,6 tấn; cam quýt có diện tích 130 ha, sản lượng 471,2 tấn; măng cầu 40,6 ha, sản lượng 152,2 tấn (Chi cục Thống kê huyện Tịnh Biên, 2016). Tịnh Biên là huyện có diện tích CAT đứng thứ hai của tỉnh, chỉ sau huyện Chợ Mới (diện tích 3.648,3 ha). Ngoài ra, huyện Tịnh Biên là huyện có tỷ lệ người dân tộc Khmer khá cao chiếm 29,44%, với các giá trị văn hóa truyền thống như các lễ hội Chôl Chnăm Thmây, đua bò (được công nhận lễ hội cấp quốc gia) các cấu trúc chùa chiền cổ kính, làng nghề dệt thổ cẩm, làng nghề đường thốt nốt, ...

Tuy nhiên, hiện nay các sản phẩm CAT đặc sản hiện có trên địa bàn chưa trở thành sản phẩm đặc trưng để thu hút du khách đến tham quan và thưởng thức. Bên cạnh đó, các hộ có vườn CAT đặc sản ở đây thường trồng tự phát chưa có sự liên kết giữa các nhà vườn với nhau để tạo ra nhiều hoạt động phong phú gắn với các chuyến du lịch để phục vụ du khách. Mặt khác, do chưa nắm bắt được thị hiếu của du khách về loại sản phẩm, chất lượng và các dịch vụ đi kèm; vì vậy, trong thời gian qua, mặc dù lượng khách đến địa phương tham quan du lịch khá đông nhưng sản phẩm để đáp ứng nhu cầu du khách là không nhiều, không tạo được điểm nhấn và không làm tăng thêm thu nhập cho các hộ trồng CAT. Đây cũng là một trong những lý do dẫn đến nguy cơ làm giảm dần diện tích cây ăn trái trên địa bàn huyện Tịnh Biên, đặc biệt là một số loại cây ăn trái (CAT) đặc sản của địa phương đang có nguy cơ biến mất, không tạo được sản phẩm đặc trưng phục vụ du khách. Điều đó làm Tịnh Biên mất đi lợi thế so sánh so với các địa phương khác, dẫn đến không phát huy được nguồn lực nội tại đưa việc phát triển kinh tế vườn gắn với du lịch trở thành ngành có nhiều đóng góp cho phát triển kinh tế của địa phương. Vì vậy việc nghiên cứu “Đánh giá tiềm năng phát triển vườn cây ăn trái đặc sản gắn với du lịch ở huyện Tịnh Biên, tỉnh An Giang” là rất cần thiết nhằm các mục tiêu cụ thể sau:

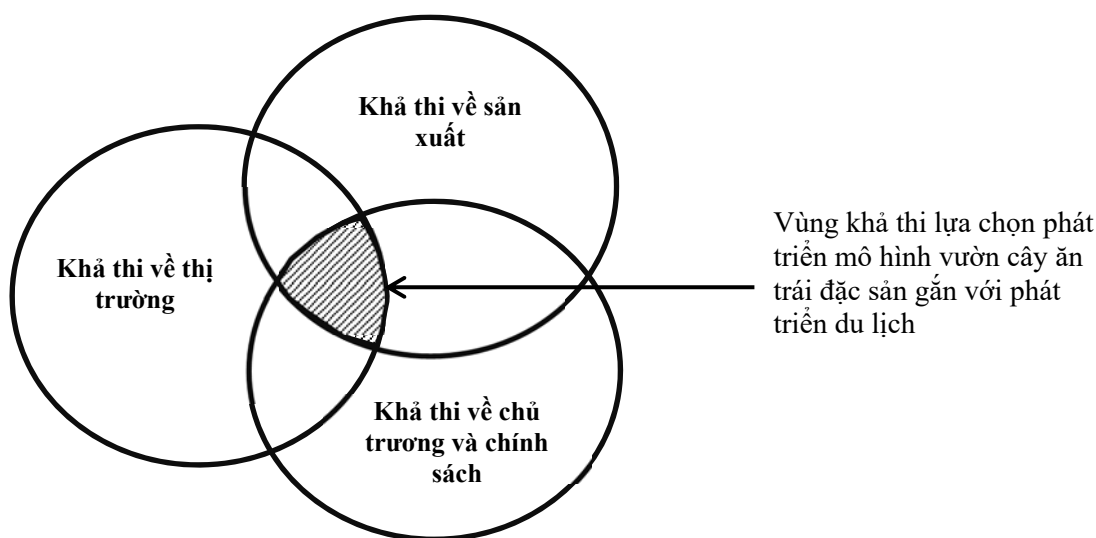
- Đánh giá thực trạng sản xuất, hiệu quả tài chính của vườn CAT đặc sản trên địa bàn huyện Tịnh Biên, tỉnh An Giang;
- Xác định thị hiếu của khách du lịch đối với mô hình vườn CAT đặc sản trên địa bàn huyện Tịnh Biên, tỉnh An Giang;
- Giải pháp phát triển vườn CAT đặc sản gắn với du lịch nhằm tạo điểm nhấn thu hút khách du lịch góp phần tăng thu nhập cho các hộ trồng vườn CAT đặc sản trên địa bàn huyện Tịnh Biên, tỉnh An Giang.

2 PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1 Phương pháp tiếp cận

Để đánh giá tiềm năng phát triển mô hình vườn cây ăn trái đặc sản gắn với phát triển du lịch, nghiên cứu tiếp cận theo ba khía cạnh chính như sau (Hình 1):

- Khả thi về sản xuất hay khía cạnh cung
- Khả thi về thị hiếu người tiêu dùng hay thị trường tiêu thụ
- Khả thi về chủ trương và chính sách phát triển của địa phương



Hình 1: Cách tiếp cận ba khía cạnh trong nghiên cứu

2.2 Phương pháp chọn vùng và đối tượng nghiên cứu

Trong nghiên cứu này, hai nhóm đối tượng được chọn để thu thập số liệu sơ cấp gồm: đại diện hộ trồng cây ăn trái (khía cạnh cung - để đánh giá tính khả thi về hiệu quả tài chính) và khách du lịch (khía cạnh cầu - để đánh giá tiềm năng về thị hiếu của khách du lịch).

Đối với khía cạnh cung hay nông dân trồng cây ăn trái, tiêu chí chọn vùng nghiên cứu là dựa vào diện tích, sản lượng và vị trí giao thông thuận tiện phù hợp với tuyến du lịch của vườn cây ăn trái. Bốn xã được chọn làm địa bàn nghiên cứu gồm: xã An Phú, Tân Lợi, An Hảo và An Cư. Tổng diện tích trồng CAT của 4 xã là 1.193,4 ha, chiếm khoảng 51% tổng diện tích cây ăn trái của huyện Tịnh Biên. Bên cạnh đó, 4 xã này nằm trên tuyến đường tỉnh lộ 948 và quốc lộ 91 là tuyến đường giao thông chính nối liền các huyện, thị với biên giới Campuchia và đây cũng là tuyến du lịch chính của huyện. Tổng cơ mẫu nông dân được chọn phỏng vấn là 68 hộ.

Ngoài ra, để tìm hiểu thị hiếu của du khách, đối tượng nghiên cứu được tập trung phỏng vấn là khách du lịch tại khu vực đỉnh Núi Cấm gồm: khu vực chùa Vạn Linh, chùa Phật lớn và khu vực Tượng Phật Di Lặc. Vì khu vực này hiện có số lượng khách du lịch đến tham quan và dừng chân là khá đông nên thuận lợi cho việc tiếp cận và đảm bảo thời gian phỏng vấn khách du lịch. Tổng cơ mẫu khách du lịch được chọn phỏng vấn là 127 người. Bên cạnh đó, nghiên cứu cũng tiến hành phỏng vấn người am hiểu (KIP) gồm 7 đối tượng: Lãnh đạo Phòng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn huyện, Trạm Khuyến nông, Ban Quản lý Du lịch huyện, Lãnh đạo 4 xã.

2.3 Phương pháp phân tích

Để đánh giá tính khả thi về sản xuất hay hiệu quả tài chính, nghiên cứu sử dụng phương pháp thống kê mô tả để phân tích chi phí – lợi nhuận của mô hình trồng vườn.

Để đánh giá thị hiếu khách du lịch, nghiên cứu sử dụng phương pháp mô hình sự lựa chọn (Choice Modelling) để xác định thị hiếu và yếu tố ảnh hưởng đến thị hiếu của du khách đối với mô hình vườn cây ăn trái gắn với du lịch được giả định.

3 KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

3.1 Thực trạng sản xuất và hiệu quả tài chính

Tịnh Biên là huyện có diện tích CAT lớn thứ hai của tỉnh An Giang cả về diện tích và chủng loại, đặc biệt nhiều loại CAT đặc sản, cụ thể được trình bày ở Bảng 1.

Bảng 1: Các loại CAT đặc sản chính của huyện Tịnh Biên

STT	Loại CAT chính	Tần số	Tỷ lệ (%)
1	Xoài cát Hòa Lộc	42	61,8
2	Xoài Thanh Ca	30	44,1
3	Mãng cầu xiêm	12	17,7
4	Dầu núi	10	14,7
5	Sầu riêng	5	7,4
6	Mít	5	7,4
7	Quýt hồng	4	5,9
8	Bơ	4	5,9

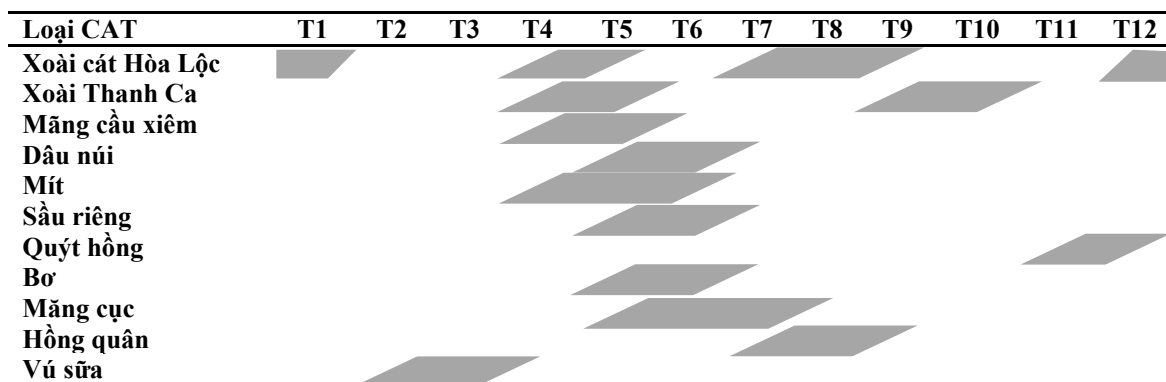
Nguồn: Kết quả điều tra thực tế 68 hộ huyện Tịnh Biên, 2016

Kết quả phân tích từ số liệu khảo sát 68 hộ trồng CAT cho thấy có trên 29 loại CAT được trồng tại các vườn, có một số loại chỉ có từ 1 đến 3 hộ trồng

và số lượng không nhiều như vú sữa, nhãn, hồng quân, đào, cây chóc, măng cục,... nhiều nhất là xoài cát Hòa Lộc có đến 42 hộ trồng, chiếm tỷ trọng 61,8%; kế đến là xoài Thanh Ca được 30 hộ trồng, chiếm tỷ trọng 44,1%; dâu núi và măng cầu xiêm có từ 10 đến 12 hộ trồng; còn lại là sầu riêng, mít, quýt hồng và bơ có từ 4 đến 5 hộ trồng.

Mặc dù có nhiều loại xoài khác nhau được trồng như xoài hòn nghệ, xoài cát chu, xoài tượng,... nhưng xoài cát Hòa Lộc và xoài Thanh Ca được trồng phổ biến vì đây là loại cây đặc trưng có hương vị thơm ngon và phù hợp với thổ nhưỡng của địa phương. Bên cạnh đó, nhiều loại CAT đặc sản khác với mùi vị ngon, lạ và đặc biệt đã góp phần tạo tính hiếu kỳ và thu hút mọi người quan tâm và thưởng thức.

Do đa dạng về loại CAT nên hầu hết ở huyện Tịnh Biên trái cây có quanh năm được thể hiện qua lịch thời vụ ở Hình 2. Chính điều này đã giúp cho huyện Tịnh Biên có thể cung cấp CAT quanh năm theo kiểu “mùa nào trái cây đó”. Tuy nhiên, CAT ở đây được trồng manh mún, nhỏ lẻ, sản lượng không nhiều. Hiện nay, diện tích trồng xoài cát Hòa Lộc tiếp tục được tăng lên và có xu hướng thay thế một số loại CAT đặc sản khác, nhiều diện tích vườn đã được cải tạo và trồng mới để thay thế một số cây hiện đã già cỗi (nhiều vườn có cây trên 30 năm tuổi). Bên cạnh đó, chính quyền địa phương đang triển khai nhiều chính sách để hỗ trợ phát triển loại cây này như thành lập các hội nhà vườn, hỗ trợ sản xuất theo mô hình VietGAP, ...



Hình 2: Lịch mùa vụ CAT đặc sản trên địa bàn huyện Tịnh Biên

Nguồn: Phòng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn huyện Tịnh Biên, 2016

Về hình thức canh tác, hiện có loại hình chính là vườn chuyên canh, chiếm tỷ trọng 50% so với tổng các loại vườn trên địa bàn 4 xã điều tra (chủ yếu là xoài), tập trung nhiều nhất tại xã An Phú, xã An Hào và An Cư; kế đến là vườn xen canh chiếm 40% chủ

yếu là xen mít, bơ trong vườn sầu riêng; cuối cùng là vườn tạp chiếm 10% là loại vườn trồng đa dạng các loại cây phổ biến có đến 6 loại CAT.

Về hiệu quả tài chính, các mô hình trồng CAT đặc sản của huyện được phân tích như sau:

Bảng 2: Hiệu quả tài chính vườn CAT đặc sản huyện Tịnh Biên

Chỉ tiêu	Xoài cát Hòa Lộc (n=42)	Xoài Thanh Ca (n=30)	Măng cầu xiêm (n=12)	Dâu núi (n=10)	Mít (n=5)	Sầu riêng (n=5)	Quýt hồng (n=4)
Năng suất (kg/ha)	6.853	9.412	4.026	9.304	18.944	4.875	9.821
Giá bán (1.000đ/kg)	30	12	15	7	5	28	19
Doanh thu (ngàn đồng/ha)	182.699	109.157	66.853	59.272	90.657	118.685	216.071
Tổng chi phí (ngàn đồng /ha)	46.872	64.304	42.811	34.847	62.816	28.768	84.734
Lợi nhuận (ngàn đồng/ha)	135.827	44.853	24.042	24.425	27.841	89.917	131.337

Nguồn: Kết quả điều tra thực tế 68 hộ nông dân huyện Tịnh Biên, 2016

Ghi chú: Số liệu được hạch toán trong năm

Kết quả phân tích từ số liệu khảo sát 68 hộ trồng CAT ở Bảng 2 cho thấy doanh thu cao nhất là quýt hồng với khoảng 216 triệu đồng/ha, tiếp theo là xoài cát, có thể nhận thấy doanh thu cao nhất là quýt hồng

với khoảng 216 triệu đồng/ha, tiếp theo là xoài cát Hòa Lộc và sầu riêng với doanh thu lần lượt khoảng 182 triệu đồng/ha và 118 triệu đồng/ha, xoài Thanh Ca đạt khoảng 109 triệu đồng/ha, mít là 90 triệu

đồng/ha, bên cạnh doanh thu của măng cầu xiêm và dâu núi tương đối thấp hơn so với những loại cây trên với doanh thu lần lượt là 66 triệu đồng/ha và 59 triệu đồng/ha. Doanh thu thấp hay cao là do phụ thuộc vào sản lượng và giá bán. Những hộ có doanh thu cao do bán được giá cao cũng như năng suất CAT cao và ngược lại những hộ có doanh thu thấp một phần do sản lượng quá thấp, bên cạnh đó giá bán không cao vì còn phụ thuộc nhiều vào thị trường và thương lái nên giá cả bấp bênh.

Từ doanh thu và tổng chi phí thể hiện trong Bảng 2, có thể thấy rằng trong các loại CAT đặc sản thì xoài cát Hòa Lộc, sầu riêng và quýt hồng là 3 loại cây có lợi nhuận cao so với những loại cây còn lại.

3.2 Thị hiếu của du khách

Kết quả cho thấy có 20 khách du lịch đến huyện Tịnh Biên lần đầu, chiếm tỷ trọng 15,7%, điều này cho thấy du lịch ở Tịnh Biên hằng năm đều thu hút

một lượng khách du lịch mới đến để khám phá những điểm du lịch mới và một phần là do công việc, là những khách du lịch ở những tỉnh xa. Khách du lịch đi 1-2 lần/năm chiếm tỷ trọng cao nhất 71,6%, đa phần là những khách du lịch trong tỉnh và một số tỉnh lân cận nằm trong khu vực ĐBSCL. Còn lại 12,5% là khách du lịch đến đây từ 3-5 lần/năm hầu hết đây là những khách du lịch trong tỉnh, họ đến đây nhằm mục đích tín ngưỡng, hành hương và yêu thích nơi đây.

Kết quả khảo sát ở Bảng 3 cho thấy trong tổng số 127 khách du lịch có đến 87 du khách trả lời là biết đến các loại CAT đặc sản của địa phương (huyện Tịnh Biên), chiếm tỷ trọng 68,5%. Đó là điều kiện thuận lợi ban đầu trong việc quảng bá các loại CAT đặc sản đến khách du lịch.

Kết quả nghiên cứu cũng cho thấy có đến 92 khách du lịch (chiếm tỷ trọng 72,4%) trả lời đã từng mua các loại CAT đặc sản ở địa phương.

Bảng 3: Sự hiểu biết về cây ăn trái của khách du lịch

Hạng mục	Tần số	Tỷ trọng (%)
Có biết các loại CAT đặc sản	87	68,5
Không biết các loại CAT đặc sản	40	31,5
Tổng cộng	127	100,0
Có mua các loại CAT đặc sản	92	72,4
Không mua các loại CAT đặc sản	35	27,6
Tổng cộng	127	100,0

Nguồn: Kết quả phỏng vấn thực tế 127 khách du lịch ở huyện Tịnh Biên, 2016

Để tìm hiểu thị hiếu hay các tiêu chí mà khách du lịch quan tâm đến CAT đặc sản của huyện Tịnh Biên, nhóm nghiên cứu tiến hành phỏng vấn khách

du lịch để tìm hiểu về sở thích, kết quả cho thấy có đến 51,2% khách thể hiện sự quan tâm của mình đối với các loại CAT đặc sản, cụ thể được trình bày Bảng 4.

Bảng 4: Sự quan tâm đến các loại CAT đặc sản huyện Tịnh Biên

Ý kiến của khách du lịch		Số quan sát (Người)	Tỷ trọng (%)
Sự quan tâm của du khách đến CAT đặc sản	Có	65	51,2
	Không	62	48,8
	Tổng cộng	127	100,0
Lý do quan tâm	Ngon, ít thuốc bảo vệ thực vật, biết nguồn gốc	39	60
	Đặc sản/mua làm quà	25	38,5
	Bảo tồn	1	1,5
Lý do không quan tâm	Tổng cộng	65	100,0
	Ngon thì mua	10	16,1
	Không nghe giới thiệu	5	8,1
	Không biết là đặc sản	2	3,2
	Ít khi mua	6	9,7
	Thích thì mua	6	9,7
	Không mua do bất tiện đi lại	15	24,2
	Không có ý kiến	18	29
Tổng cộng	62	100,0	

Nguồn: Kết quả phỏng vấn thực tế 127 khách du lịch ở huyện Tịnh Biên, 2016

Khách du lịch quan tâm đến các loại trái cây đặc sản ở đây là do ngon, ít thuốc bảo vệ thực vật, biết nguồn gốc chiếm tỷ trọng 60,0% trong tổng số khách trả lời có quan tâm đến CAT đặc sản; có đến 38,5% du khách trả lời là mua để làm quà.

Bên cạnh đó, trong tổng số 62 khách du lịch trả lời không quan tâm đến các loại CAT đặc sản có đến 35 du khách (chiếm tỷ trọng 56,5%) là còn do dự do chưa biết đến, chưa từng thưởng thức và không có ý kiến cụ thể. Đối tượng du khách này cũng có thể trở thành khách hàng tiềm năng trong tương lai về tiêu thụ CAT đặc sản của địa phương nếu du khách được giới thiệu và có dịp dùng thử một vài loại trái cây đặc sản ở đây.

Khách du lịch đều có quan tâm và thích trái cây đặc sản trên địa bàn huyện. Việc giả định thành lập vườn CAT đặc sản để phục vụ du khách đến tham quan, giải trí và thưởng thức (đây là mô hình hoàn toàn mới trên địa bàn huyện Tịnh Biên) thì du khách có sẵn sàng tham quan không. Nghiên cứu đã tiến hành phỏng vấn 127 khách du lịch, kết quả có 117 du khách đồng ý tham gia (chiếm tỷ trọng 92,1%). Điều này cho thấy khách du lịch ngoài việc ưa thích đến trái cây đặc sản thì các hoạt động liên quan đến vườn CAT cũng được du khách quan tâm và muốn được trải nghiệm.

Bảng 5: Sự sẵn lòng tham gia của du khách đối với mô hình vườn CAT đặc sản

Khả năng tham quan mô hình CAT đặc sản	Tần số	Tỷ trọng (%)
Đồng ý tham quan	117	92,1
Không đồng ý tham quan	10	7,9
Tổng cộng	127	100,0

Nguồn: Kết quả phỏng vấn thực tế 127 khách du lịch ở huyện Tịnh Biên, 2016

Sở thích của khách du lịch có ảnh hưởng rất lớn đến mô hình du lịch kết hợp vườn CAT được giả định. Do vậy, việc xác định và lượng hóa cụ thể thị hiếu của khách du lịch là rất cần thiết, kết quả phân tích về thị hiếu của khách du lịch đối với các thuộc tính giả định của mô hình vườn cây ăn trái đặc sản được trình bày ở Bảng 6.

Kết quả hồi quy mô hình sự lựa chọn cho thấy trong các hoạt động hay thuộc tính giả định được đề xuất tại vườn thì du khách thích tự hái với xác suất cao hơn gấp 2,33 lần so với mô hình không có tự hái; nghe câu chuyện tâm linh gấp 1,68 lần và thưởng thức tại vườn là 1,39 lần với độ tin cậy 99%.

Bảng 6: Kết quả hồi quy mô hình sự lựa chọn (choice modeling)

Sự lựa chọn (Choice)	Hệ số	Độ lệch chuẩn
Thưởng thức tại vườn	0,330***	0,090
Tự hái	0,850***	0,100
Vú sữa	-0,360**	0,180
Dâu núi	-0,360**	0,170
Xoài	-0,690***	0,170
Mãng cầu	-0,480**	0,190
Nghe câu chuyện tâm linh	0,520***	0,090
Giá	-0,013**	0,005
_THU1	0,120***	0,230
B_THU2	0,130***	0,230
Log - likelihood	-630,57	

Nguồn: Kết quả phỏng vấn thực tế 127 khách du lịch ở huyện Tịnh Biên, 2016

(chú thích: dấu ***, **, * lần lượt ở mức ý nghĩa 1%, 5%, 10%)

Từ kết quả hồi quy được trình bày ở Bảng 6 trên, ta có thể tính được sự sẵn lòng chi trả (Willingness to pay – WTP) cho các thuộc tính của mô hình vườn CAT đặc sản giả định như sau:

– Đối với các thuộc tính hỗ trợ như tự hái, nghe câu chuyện tâm linh và thưởng thức tại vườn thì mức sẵn lòng chi trả của du khách như sau:

$$\text{Tự hái} = 66.006 \text{ đồng}$$

$$\left(WTP_{\text{Tự hái}} = - \frac{\beta_{\text{Tự hái}}}{\beta_{\text{Giá}}} = - \frac{0,85}{-0,013} \right),$$

$$\text{Nghe câu chuyện tâm linh} = 40.189 \text{ đồng}$$

$$\left(WTP_{\text{Nghe kể chuyện}} = - \frac{\beta_{\text{Nghe kể chuyện}}}{\beta_{\text{Giá}}} = - \frac{0,52}{-0,013} \right),$$

$$\text{Thưởng thức tại vườn} = 25.698 \text{ đồng}$$

$$\left(WTP_{\text{Thưởng thức tại vườn}} = - \frac{\beta_{\text{Thưởng thức tại vườn}}}{\beta_{\text{Giá}}} = - \frac{0,33}{-0,013} \right).$$

– Đối với các loại cây ăn trái mà du khách yêu thích nhất khi tham quan vườn: măng cụt được chọn làm cơ sở nên các tham số ước lượng của các cây ăn trái khác sẽ so sánh với măng cụt. Như vậy, loại trái cây được ưa thích nhất gồm măng cụt, vú sữa và dâu núi với độ tin cậy 95%.

– Biến giá với hệ số âm cho thấy khi giá tăng thì thị hiếu của khách du lịch sẽ giảm 0,013 lần.

3.3 Tiềm năng về chủ trương và chính sách

Sau hơn một năm từ khi quyết định số 899/QĐ-TTg ngày 10/6/2013 của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Đề án “Tái cơ cấu ngành nông nghiệp theo hướng nâng cao giá trị gia tăng và phát triển bền vững”, Ủy ban nhân dân tỉnh An Giang đã ban hành quyết định số 1884/QĐ-UBND ngày 28/10/2014 phê duyệt “Quy hoạch phát triển vùng sản xuất cây ăn quả ứng dụng công nghệ cao tỉnh An Giang đến năm 2020 và định hướng đến năm 2030” và tiếp theo là quyết định số 1114/QĐ-UBND An Giang, ngày 12/4/2017 về việc phê duyệt “Điều chỉnh quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội huyện Tịnh Biên đến năm 2025, định hướng đến năm 2030”. Nội dung các quy hoạch tập trung vào phát triển sản xuất cây ăn trái, chủ yếu ở các huyện Chợ Mới, Tịnh Biên và An Phú. Từ sau khi có quy hoạch, diện tích sản xuất cây ăn trái toàn tỉnh gia tăng nhanh, từ khoảng 11,6 ngàn ha trong năm 2015 lên hơn 13,2 ngàn ha trong năm 2016 và xoài là cây chủ lực hiện nay. Bên cạnh đó, tỉnh cũng chủ trương phát triển ngành du lịch của toàn tỉnh, thông qua quyết định số 1008/QĐ-UBND ngày 01/7/2014 về việc phê duyệt Quy hoạch tổng thể phát triển ngành du lịch tỉnh An Giang từ năm 2014 đến năm 2020 và tầm nhìn đến 2030. Du lịch tỉnh An Giang chủ trương phát triển theo hướng du lịch bền vững, đảm bảo sự hài hòa giữa phát triển kinh tế du lịch, văn hóa xã hội và môi trường thiên nhiên, đảm bảo lợi ích cộng đồng và lợi ích chính đáng của du khách đến tham quan.

Tịnh Biên phát triển du lịch dựa trên cơ sở khai thác có hiệu quả tiềm năng về du lịch sinh thái, văn hóa, tâm linh gắn với phát triển khu kinh tế cửa khẩu; kết nối với các điểm du lịch trong và ngoài tỉnh - sang Campuchia và các nước lân cận (theo Quyết định 1008/QĐ-UBND ngày 01/7/2014 về việc phê duyệt “Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch tỉnh An Giang từ năm 2014 đến năm 2020 và tầm nhìn đến năm 2030”).

Tóm lại, từ những kết quả trên cho thấy về mặt hiệu quả tài chính, thị hiếu của khách du lịch cũng như chủ trương và chính sách thì việc xây dựng mô hình du lịch gắn với phát triển vườn CAT đặc sản là một hướng đi đầy tiềm năng cho huyện Tịnh Biên trong thời gian tới.

4 KẾT LUẬN VÀ ĐỀ XUẤT

Định hướng trong phát triển kinh tế của huyện Tịnh Biên là lấy thương mại và du lịch làm động lực để thúc đẩy phát triển kinh tế dựa trên nền tảng lĩnh vực nông nghiệp. Điều này sẽ giúp tạo ra việc làm và tăng thu nhập cho người lao động.

Tịnh Biên có địa hình đa dạng vừa có đồng bằng, vừa có đồi núi. Diện tích đất sản xuất nông nghiệp

khá lớn và còn nhiều tiềm năng để khai thác. Đặc biệt đối với CAT được trồng phong phú về chủng loại, nhiều trái cây lạ và an toàn (sử dụng rất ít hóa chất nông nghiệp) nên được nhiều người ưa thích. Bên cạnh đó, huyện Tịnh Biên có nhiều di tích lịch sử văn hóa được xếp hạng cấp quốc gia; có nhiều lễ hội văn hóa, tín ngưỡng, tâm linh nổi tiếng và thu hút lượng khách đáng kể đến tham quan du lịch hàng năm. Đây là tiềm năng, lợi thế, điều kiện quan trọng nếu khai thác tốt sẽ góp phần phát triển kinh tế xã hội của huyện. Tuy nhiên, trong thời gian qua việc phát triển vẫn chưa tương xứng với tiềm năng hiện có của huyện.

Kết quả nghiên cứu cho thấy xoài cát Hòa Lộc, Xoài Thanh Ca, dâu núi và măng cầu xiêm đều mang lại hiệu quả tài chính cao, xu hướng người dân cũng muốn xây dựng vườn CAT kết hợp với du lịch. Về phía khách du lịch, các loại CAT được ưa thích gồm măng cụt, dâu núi và vú sữa và cũng thích được tham quan vườn CAT để được trải nghiệm các hoạt động như: tự hái, nghe câu chuyện tâm linh và thưởng thức trái cây tại vườn với các mức giá hợp sẵn chỉ trả cho từng hoạt động này lần lượt là 66.006đồng, 40.189 đồng, 25.698 đồng. Về khía cạnh chủ trương, chính sách thì việc xây dựng và phát triển mô hình vườn cây ăn gắn với phát triển du lịch là một trong những hướng đi khả thi trong thời gian tới.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Ban quản lý du lịch huyện Tịnh Biên (2016). Báo cáo tình hình du lịch trên địa bàn huyện năm 2016 và phương hướng năm 2017.
- Chi cục Thống kê huyện Tịnh Biên (2016). Báo cáo chính thức diện tích, năng suất, sản lượng cây nông nghiệp lâu năm 2015.
- Cục Thống kê tỉnh An Giang (2016). Niên giám Thống kê tỉnh An Giang năm 2015.
- Thủ tướng Chính phủ (2013). Quyết định số 899/QĐ-TTg về việc phê duyệt Đề án “Tái cơ cấu ngành nông nghiệp theo hướng nâng cao giá trị gia tăng và phát triển bền vững”.
- Ủy ban nhân dân tỉnh An Giang (2014). Quyết định số 1008/QĐ-UBND về việc phê duyệt Quy hoạch tổng thể phát triển ngành du lịch tỉnh An Giang từ năm 2014 đến năm 2020 và tầm nhìn đến 2030.
- Ủy ban nhân dân tỉnh An Giang (2014). Quyết định số 1884/QĐ-UBND về việc phê duyệt Quy hoạch phát triển vùng sản xuất cây ăn quả ứng dụng công nghệ cao tỉnh An Giang đến năm 2020 và định hướng đến năm 2030.
- Ủy ban nhân dân tỉnh An Giang (2017). Quyết định Số 1114/QĐ-UBND về việc phê duyệt “Điều chỉnh quy hoạch tổng thể phát triển kinh tế - xã hội huyện Tịnh Biên đến năm 2025, định hướng đến năm 2030”.