TẠP CHÍ KHOA HỌC VÀ GIÁO DỤC
ISSN: 1859-1612
Journal homepage: https://tckhgd.dhsphue.edu.vn

Hiện trạng và giải pháp phát triển mô hình du lịch farmstay ở thành phố Huế

Bạch Thị Ngọc Trà, Lê Minh Thông, Ngô Quốc Vũ, Ngô Thị Thủy Tiên, Trần Thị Cẩm Tú

Khoa Địa lý, Trường Đại học Sư Phạm, Đại học Huế

THÔNG TIN BÀI BÁO

Quá trình xử lý:
Ngày nhận bài: 12/5/2025
Ngày nhận bản chỉnh sửa: 25/6/2025
Ngày nhận đăng: 28/6/2025
Ngày xuất bản: 20/10/2025

Từ khóa:
Du lịch Farmstay
Hiện trạng
Giải pháp
Thành phố Huế

TÓM TẮT

Nghiên cứu này nhằm nghiên cứu hiện trạng và đề xuất giải pháp phát triển mô hình du lịch Farmstay tại thành phố Huế, một loại hình du lịch nông nghiệp khá mới nhưng giàu tiềm năng. Dựa trên cơ sở lý thuyết và phân tích dữ liệu sơ cấp từ phỏng vấn 80 người (66 khách du lịch, 14 chủ Farmstay và người lao động), kết quả nghiên cứu cho thấy việc tổ chức hoạt động du lịch Farmstay tại thành phố Huế chưa thật sự hiệu quả, quy mô nhỏ, hoạt động không thường xuyên, doanh thu và số lượt khách du lịch chưa cao. Từ thực trạng, nghiên cứu đề xuất một số giải pháp nhằm phát triển hiệu quả loại hình du lịch này tại thành phố Huế trong tương lai.

1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Hiện nay, các loại hình du lịch nông thôn, du lịch xanh, du lịch trải nghiệm ngày càng được ưa chuộng, một trong những mô hình tiêu biểu của xu hướng này là Farmstay, kết hợp giữa lưu trú và hoạt động nông nghiệp. Đặc biệt từ sau đại dịch Covid-19, du lịch Farmstay gắn với nông nghiệp, nông thôn, nghỉ dưỡng an toàn ngày càng phát triển mạnh (Trúc & Hoàng, 2023). Thành phố Huế, có nền kinh tế nông nghiệp lâu đời, cảnh quan thiên nhiên phong phú, đa dạng sinh thái và bản sắc văn hóa cộng đồng là vùng đất tiềm năng để phát triển mô hình du lịch Farmstay. Thực tế thời gian qua, một số cơ sở Farmstay đã được hình thành tại Huế, bước đầu tạo ra sản phẩm du lịch mới mẻ, góp phần đa dạng hóa loại hình du lịch địa phương và kết nối phát triển kinh tế nông thôn. Tuy nhiên, sự phát triển của mô hình còn manh mún, thiếu quy hoạch, quy mô nhỏ, tự phát, chưa thực sự "đúng nghĩa", chưa đảm bảo chất lượng dịch vụ chuyên nghiệp (Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, 2021). Cùng với đó, các nghiên cứu có liên quan chủ yếu là các nghiên cứu chung, tìm hiểu tiềm năng và giải pháp phát triển như ở (Trúc & Hoàng, 2023), chưa nhấn mạnh trực tiếp đến thực tế sự phát triển của loại hình du lịch này, đặc biệt là tại thành phố Huế. Xuất phát từ thực tiễn đó, việc nghiên cứu hiện trạng phát triển mô hình Farmstay tại thành phố Huế, nhằm đánh giá thuận lợi, khó khăn, đề xuất giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả loại hình du lịch này.

2. DỮ LIỆU VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1. Dữ liệu nghiên cứu

Dữ liệu thứ cấp được thu thập từ các văn bản quy hoạch và chính sách phát triển du lịch của thành phố Huế như: Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch giai đoạn 2013-2030, Quy hoạch đô thị đến năm 2045, tầm nhìn 2065, Quyết định 922/QĐ-TTg (2022), cùng với các báo cáo của địa phương, công trình nghiên cứu khoa học trong và ngoài nước liên quan đến du lịch nông nghiệp, Farmstay và phát triển bền vững.

Dữ liệu sơ cấp được thu thập từ tháng 4/2024 đến tháng 4/2025 thông qua khảo sát trực tiếp 80 đối tượng (66 là du khách và 14 lao động) tại các Farmstay đang hoạt động.

2.2. Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp thực địa: Khảo sát thực tế kết hợp phỏng vấn tại một số cơ sở Farmstay tiêu biểu trên địa bàn thành phố Huế.

Tác giả liên hệ: Bạch Thị Ngọc Trà;
Địa chỉ e-mail: btntra@dhsphue.edu.vn
DOI: https://doi.org/10.26459/jse.058.2025

- Số lượng khảo sát: Chủ sở hữu và người lao động tại Farmstay 14 người, du khách 66 người.

- Nội dung khảo sát:

+ Chủ sở hữu và người lao động tại Farmstay: Tập trung vào đặc điểm nguồn lao động, cơ sở vật chất, hoạt động du lịch, khó khăn - thuận lợi, tính bền vững và tiềm năng phát triển của mô hình Farmstay.

+ Khách du lịch: Tập trung vào các yếu tố đặc điểm nhân khẩu học của du khách, mục đích chuyến đi, thời gian lưu trú, khả năng tiếp cận với mô hình du lịch Farmstay, các dịch vụ trải nghiệm, mức độ hài lòng, ý định quay lại, và mức chi tiêu trung bình (trong đó có sử dụng thang đo Likert 5 mức độ).

- Cách tiến hành: Trước khi triển khai chính thức, cả hai mẫu bảng hỏi đã được thử nghiệm sơ bộ trên 20 đối tượng tương ứng (10 du khách và 10 người lao động) nhằm hiệu chỉnh ngôn ngữ, cấu trúc và đảm bảo tính dễ hiểu, logic của công cụ khảo sát. Mặc dù mẫu khảo sát còn hạn chế về tính đại diện, nhưng kết quả bước đầu vẫn có giá trị tham chiếu trong bối cảnh thiếu dữ liệu về loại hình Farmstay ở địa phương.

Phương pháp thu thập, phân tích, tổng hợp tài liệu thứ cấp: Các tài liệu phục vụ nghiên cứu được thu thập từ nhiều nguồn khác nhau, bao gồm: báo cáo ngành du lịch của Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch thành phố Huế; thông tin từ UBND các xã, phường nơi có cơ sở Farmstay hoạt động; các quy định chính sách liên quan đến phát triển du lịch nông nghiệp; cùng với các công trình nghiên cứu trong và ngoài nước có liên quan. Tài liệu được xử lý theo hướng phân loại theo chủ đề, tổng hợp nội dung, đối chiếu và rút trích các luận điểm khoa học phục vụ phân tích.

Phương pháp bản đồ: Phương pháp này được áp dụng trong việc khai thác kiến thức từ bản đồ để xác định vị trí của các Farmstay trên địa bàn thành phố Huế, kết hợp phân tích mối liên hệ giữa vị trí Farmstay với các yếu tố như hạ tầng, dân cư, vùng sinh thái.

Phương pháp xử lý và phân tích dữ liệu: Dữ liệu định lượng việc điều tra, khảo sát được xử lý bằng phần mềm Microsoft Excel, sử dụng các phép thống kê mô tả cơ bản (tần suất, phần trăm, trung bình cộng) để rút ra các đặc điểm tiêu biểu từ phản hồi của du khách. Dữ liệu định tính được xử lý bằng phương pháp phân tích nội dung theo chủ đề (thematic content analysis), mã hóa và nhóm ý theo từng chủ đề chính.

3. KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

3.1. Những vấn đề lý luận chung về mô hình du lịch Farmstay

3.1.1. Khái niệm

Xét về mặt ngữ nghĩa, Farmstay là từ ghép giữa farm (nông trại) và stay (ở lại, lưu trú lại), tức là hình thức kinh doanh kết hợp giữa trang trại nông nghiệp và cơ sở lưu trú. Theo từ điển Macmillan, farmstay được hiểu là việc ở tại một trang trại như một vị khách trả tiền, được trải nghiệm cuộc sống ở nông thôn (Trúc & Hoàng, 2023); Shakur và Holland cho rằng Farmstay là một phần của du lịch nông nghiệp, nơi du khách không chỉ lưu trú mà còn tham gia vào các hoạt động sản xuất nông nghiệp nhằm có trải nghiệm chân thực về đời sống nông thôn (Shakur & Holland, 2000); Hazlina Baba cũng đã đề cập đến Farmstay như một phần của du lịch sinh thái bền vững, nơi du khách không chỉ tham gia các hoạt động nông nghiệp mà còn học hỏi về các phương pháp canh tác hữu cơ, bảo vệ động thực vật, và duy trì tài nguyên thiên nhiên (Baba, 2018). Ở Việt Nam, theo Phạm Thanh Tùng, "Farmstay là chỗ ở, nơi nghỉ dưỡng cho du khách khi đến với trang trại để trải nghiệm các công việc hằng ngày của một người nông dân, tận hưởng không gian yên tĩnh, tham gia vào các hoạt động của nông trại. Bản chất của Farmstay phải là mô hình nông trại thực thụ" (Minh, 2020). Theo Phạm Thanh Tùng trong khóa dạy Thiết lập Farmstay bền vững đã khẳng định: "Farmstay chỉ có farm và stay mà không có kịch bản trải nghiệm thì chưa phải là farmstay đúng nghĩa". Theo GS.TS. Nguyễn Xuân Trạch " Farmstay là hình thức phổ biến của du lịch nông nghiệp. Đây là mô hình "3 cùng" mà du khách có thể "cùng ăn, cùng ở, cùng làm" với nông dân, trải nghiệm làm nông dân" (Minh, 2020). Tóm lại, có nhiều quan điểm khác nhau về mô hình du lịch Farmstay, nhưng điểm chung là mô hình du lịch nông nghiệp đặc thù, kết hợp giữa lưu trú, trải nghiệm sản xuất, sinh hoạt tại nông trại địa phương và hướng đến các giá trị văn hóa, sinh thái và phát triển bền vững, có thể tích hợp cả yếu tố du lịch cộng đồng, du lịch sinh thái và du lịch giáo dục.

3.1.2. Lịch sử hình thành và phát triển

Farmstay xuất hiện đầu tiên tại Italia vào cuối những năm 1970, chính thức được pháp lý hóa bằng Luật số 730 vào năm 1985 (Food and Agriculture Organization of the United Nations, 2014), nhanh chóng lan rộng và phát triển tại Bắc Mỹ, Australia và khắp châu Á.

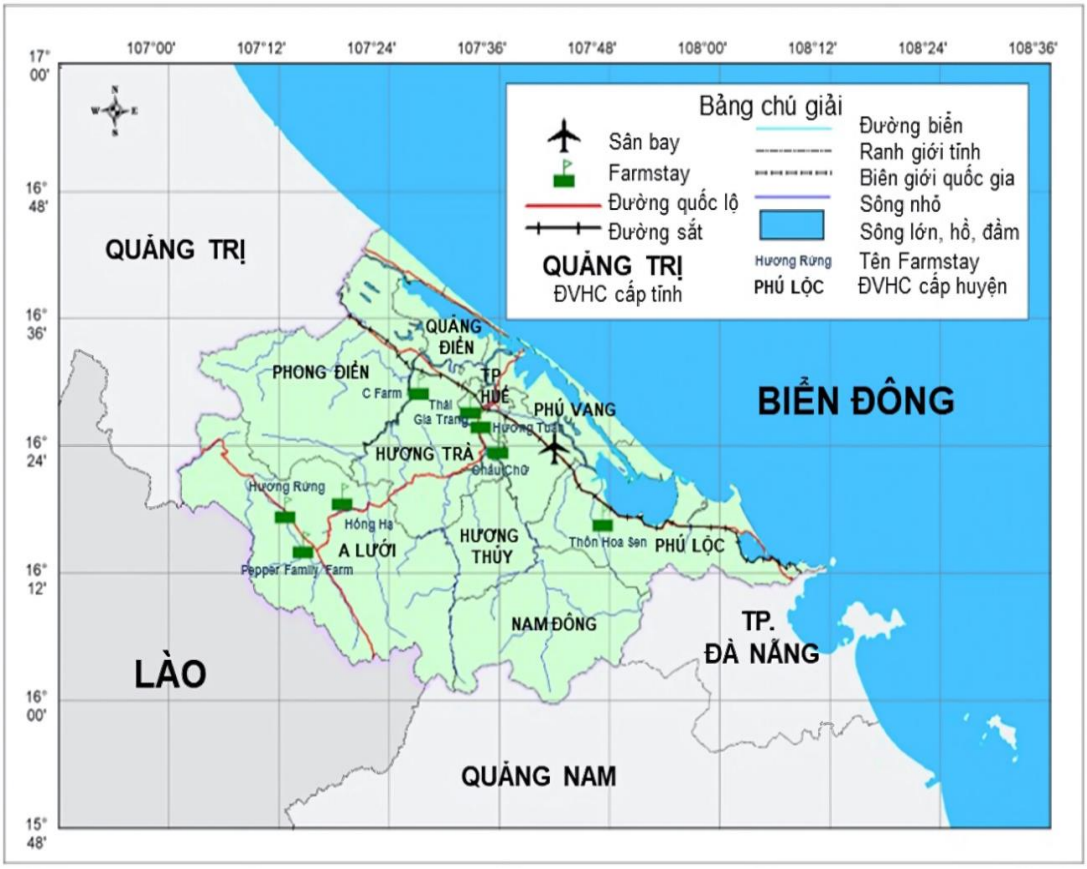
Ở Việt Nam, mô hình này còn khá mới phát triển gắn với xu hướng du lịch trải nghiệm, du lịch nông nghiệp và làn sóng khởi nghiệp xanh. Một số khu vực như Đà Lạt (Lâm Đồng), Mộc Châu (Sơn La), Sa Pa (Lào Cai) và gần đây là thành phố Huế đã bắt đầu xuất hiện các cơ sở Farmstay hoạt động dưới nhiều hình thức. Tuy nhiên, chưa phát triển đồng bộ và còn sơ khai, chủ yếu tập trung vào các hoạt động giải trí và nghỉ dưỡng hơn

là trải nghiệm sản xuất và sinh hoạt cùng người nông dân.

3.1.3. Vai trò và đặc điểm của Farmstay

Mô hình du lịch Farmstay không chỉ là một xu hướng du lịch mới mẻ mà còn đóng vai trò đa chiều trong phát triển kinh tế - xã hội, bảo vệ môi trường và nâng cao chất lượng sống tại các vùng nông thôn. Đối với du khách, mang đến trải nghiệm chân thực về đời sống nông nghiệp và văn hóa bản địa thông qua các hoạt động như trồng trọt, chăm sóc vật nuôi, chế biến nông sản, đồng thời tạo điều kiện nghỉ dưỡng trong không gian thiên nhiên. Đối với kinh tế - xã hội, Farmstay góp phần tạo sinh kế, tăng thu nhập, giữ chân lao động trẻ và phát triển hạ tầng nông thôn. Đối với môi trường sinh thái, loại hình du lịch này khuyến khích canh tác thân thiện, giảm tác động sinh thái và nâng cao nhận thức cộng đồng về phát triển bền vững (Tú & Trà, 2024).

3.2. Khái quát về một số cơ sở du lịch Farmstay ở thành phố Huế



Hình 1. Bản đồ một số Farmstay trên địa bàn thành phố Huế.

Theo kết quả khảo sát ở thành phố Huế (bảng 1, hình 1) đã xuất hiện nhiều cơ sở triển khai loại hình này, đặc biệt thông qua việc khai thác thế mạnh về tài nguyên tự nhiên và các hoạt động nông nghiệp để phục vụ du lịch. Một số cơ sở thực hiện mô hình du lịch Farmstay cho thấy tính khả thi, tiềm năng trong kết nối cộng đồng, tạo sinh kế cho nhiều bộ phận dân cư, đáp ứng nhu cầu của người dân khi đời sống vật chất và tinh thần ngày càng được nâng cao.

Bảng 1. Một số cơ sở thực hiện mô hình du lịch Farmstay ở thành phố Huế

TT	Tên cơ sở Farmstay	Địa chỉ
1	Cân Tôm - Hồng Hạ	Xã Hồng Hạ, huyện A Lưới
2	Pepper Family Farm	Xã Sơn Thủy, huyện A Lưới
3	Hương Tuần Farmstay	Xã Hương Thọ, thị xã Hương Trà
4	Farmstay Camping Hương Rừng	Xã Hồng Kim, huyện A Lưới
5	Thôn Hoa Sen Farmstay	Xã Lộc Hòa, huyện Phú Lộc
6	Thái Gia Trang Farmstay	Phường Hương Long, Quận Phú Xuân
7	Châu Chữ Farm & Camp	Xã Thủy Bằng, Quận Thuận Hóa
8	C Farm Huế	Phường Hương Vân, thị xã Hương Trà
9	Anor Farmstay	Xã Hồng Kim, huyện A Lưới
10	Suối Mây Bạch Mã Home and Farmstay	Xã Lộc Hòa, huyện Phú Lộc

3.3. Hiện trạng phát triển mô hình du lịch Farmstay ở thành phố Huế

3.3.1. Các loại sản phẩm du lịch

Kết quả khảo sát cho thấy các sản phẩm du lịch tại các Farmstay được định hình khá đa dạng, tập trung bốn nhóm chính:

- Tham quan trải nghiệm: là thành tố cốt lõi trong sản phẩm Farmstay, góp phần tạo sự khác biệt với các loại hình lưu trú khác như Homestay hay resort (Shakur & Holland, 2000). Bao gồm các hoạt động như trồng trọt, chăm sóc vật nuôi, thu hoạch, chế biến món ăn truyền thống, hoặc kết nối với làng nghề địa phương. Một số cơ sở tổ chức tour khám phá nông trại hoặc lớp học trải nghiệm.

- Dịch vụ ẩm thực: Đa số Farmstay tận dụng nguồn nguyên liệu tại chỗ để chế biến món ăn mang bản sắc Huế. Tuy nhiên, mức độ chuyên nghiệp trong tổ chức dịch vụ ăn uống còn chênh lệch giữa các cơ sở.

- Dịch vụ lưu trú, nghỉ dưỡng: Kiến trúc chủ yếu theo phong cách mộc mạc, gần gũi thiên nhiên. Một số cơ sở có đầu tư về thiết kế và tiện nghi, nhưng nhìn chung phần lớn Farmstay còn thiếu hạ tầng lưu trú trung - dài hạn cho du khách cao cấp.

- Dịch vụ mua sắm, tiêu dùng tại chỗ và dịch vụ bổ trợ: Các gian hàng đặc sản, sản phẩm nông nghiệp hoặc thủ công mỹ nghệ mới được khai thác, song còn thiếu liên kết thương mại và đồng bộ nhận diện thương hiệu. Một số cơ sở có dịch vụ hỗ trợ như đưa đón, xe đạp, yoga, trị liệu thảo dược, nhưng chưa phổ biến.

Mặc dù hệ thống sản phẩm và dịch vụ tại các Farmstay ở thành phố Huế bước đầu đã hình thành, cấu trúc đa dạng, song thiếu đồng đều về chất lượng, chiều sâu trải nghiệm và tính chuyên nghiệp. Những cơ sở có kết nối tốt giữa các chuỗi dịch vụ (trải nghiệm - ẩm thực - nghỉ dưỡng - mua sắm) cho thấy hiệu quả rõ rệt về thu hút khách và doanh thu, trong khi các cơ sở chưa tích hợp đồng bộ khó duy trì hoạt động lâu dài.

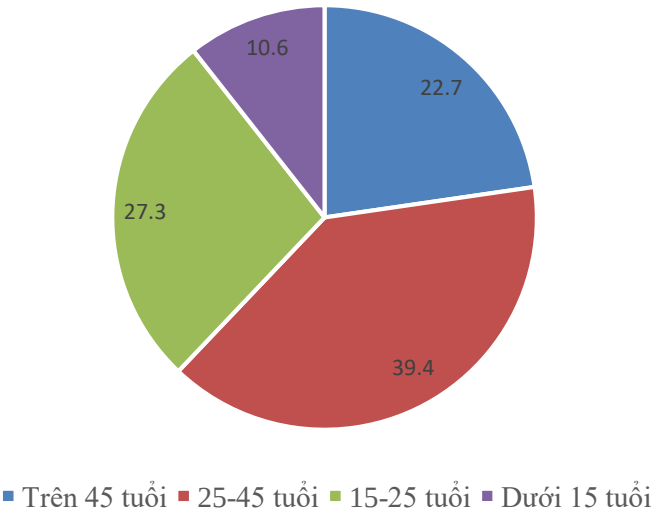
3.3.2. Khách du lịch

Tiến hành khảo sát thực tế trên 66 đối tượng du khách khi đến các Farmstay kết quả trình bày ở bảng 2, hình 2.

Bảng 2. Đối tượng khách du lịch đến lưu trú tại các Farmstay khảo sát giới tính và quê quán

Tiêu chí		Số lượng (người)	Tỉ lệ (%)
Giới tính	Nam	32	48,5
	Nữ	34	51,5
Nơi đến	Nội tỉnh	46	69,7
	Ngoại tỉnh	14	21,2
	Quốc tế	6	9,1

- Giới tính: Tỉ lệ khách là nam giới chiếm 48,5%, nữ giới chiếm 51,5%, khá cân bằng. Điều này cho thấy yếu tố giới không ảnh hưởng lớn đến việc lựa chọn hình thức du lịch Farmstay, giống với kết quả nghiên cứu của H. B. Baba (2018), cho rằng Farmstay hấp dẫn cả hai giới bởi yếu tố hòa nhập tự nhiên, thư giãn và tính giáo dục trải nghiệm.



Hình 2. Cơ cấu khách du lịch lưu trú tại các Farmstay phân theo nhóm tuổi.

- Độ tuổi: nhóm khách 25 - 45 tuổi chiếm tỷ lệ cao nhất (39,4%), tiếp đến là nhóm 15 - 25 tuổi (27,3%),

đại diện cho lực lượng lao động trẻ, có nhu cầu trải nghiệm và khám phá, có khả năng tiếp cận nhanh với các hình thức du lịch mới thông qua mạng xã hội và truyền thông số. Nhóm khách trên 45 tuổi chiếm tỷ lệ đáng kể (22,7%), thể hiện sự quan tâm của người trung niên đối với loại hình du lịch nghỉ dưỡng gần gũi với thiên nhiên. Nhóm dưới 15 tuổi chiếm tỷ lệ thấp nhất (10,6%), chủ yếu đi cùng gia đình.

Như vậy, đối tượng khách chủ đạo của mô hình Farmstay hiện nay là người trưởng thành, người trẻ, có xu hướng kết hợp du lịch với học hỏi, nghỉ dưỡng và khám phá.

Kết quả điều tra cũng cho thấy, khách nội tỉnh chiếm đa số (69,7%), khách ngoại tỉnh (21,2%), quốc tế (9,1%). Điều này cho thấy Farmstay tại Huế hiện chủ yếu đáp ứng nhu cầu nội địa quy mô nhỏ, chưa mở rộng hiệu quả ra thị trường du lịch quốc gia và quốc tế. Do năng lực truyền thông hạn chế, thiếu liên kết với các nền tảng số và đơn vị lữ hành.

Tuy nhiên, nhóm khách quốc tế tuy ít nhưng có tiềm năng lớn do thời gian lưu trú dài, chi tiêu cao và khả năng lan tỏa truyền thông tốt. Dựa trên tiêu chí nghề nghiệp, đối tượng khách du lịch là người hưu trí, giáo viên, nội trợ, những bạn trẻ học sinh, sinh viên, yêu thích trải nghiệm nghỉ dưỡng kết hợp học hỏi, khám phá chiếm tỷ lệ cao nhất.

Kết quả khảo sát mức độ hài lòng cho thấy 65% du khách được hỏi cảm thấy hài lòng và rất hài lòng với trải nghiệm tại Farmstay, đặc biệt là về không gian, giá cả và dịch vụ ẩm thực. Tuy nhiên, một bộ phận (khoảng 30%) cho biết còn hạn chế về chất lượng dịch vụ, mức độ tiện nghi lưu trú và tính chuyên nghiệp trong phục vụ. Thực tế cho thấy, sản phẩm đặc trưng của mô hình du lịch Farmstay là trải nghiệm nông nghiệp chưa thực sự đem lại sự hứng thú cao, những đánh giá chỉ ở mức trung lập (bình thường) chiếm đến hơn một nửa, sự hài lòng cao về sản phẩm này phần lớn đến từ các khách quốc tế là chủ yếu.

Về ý định quay trở lại, có đến 58% du khách cho biết họ sẵn sàng tiếp tục lựa chọn Farmstay trong những chuyến đi tới, nếu có sự cải thiện về hạ tầng, truyền thông và sự đa dạng sản phẩm. Như vậy, mặc dù còn tồn tại một số bất cập, Farmstay tại Huế vẫn có tiềm năng duy trì và phát triển nhóm khách trung thành nếu có chiến lược cải thiện hợp lý.

3.3.3. Doanh thu du lịch

Khảo sát tình hình kinh doanh mô hình du lịch Farmstay từ tháng 4/2024 đến tháng 4/2025 cho thấy có sự biến động theo thời gian, phản ánh đặc điểm khí hậu và thời điểm mùa du lịch của khu vực (bảng 3). Doanh thu tập trung cao điểm vào mùa khô (từ tháng 4 đến tháng 9), giảm mạnh vào mùa mưa bão (từ tháng 10 đến tháng 12). Các cơ sở hoạt động mạnh như Hương Rừng, Anor, Châu Chữ và Thôn Hoa Sen doanh thu dao động từ 30-50 triệu đồng/tháng trong các tháng cao điểm nhờ lượng khách dồi dào, dịch vụ tương đối đa dạng. Nổi bật có Farmstay Anor đạt đỉnh doanh thu trên 50 triệu đồng trong tháng 4/2025, nhờ chất lượng dịch vụ và năng lực vận hành, cải tạo theo hướng chuyển đổi từ Farmstay sang Homestay nên khả năng đáp ứng nhu cầu khách du lịch lớn hơn. Suối Mây Home and Farmstay, mới hoạt động từ tháng 9/2024 nhưng đã ghi nhận doanh thu đáng kể, đạt từ 20-30 triệu ngay tháng đầu tiên, tháng 4/2025, đạt mức doanh thu 30-40 triệu đồng, cho thấy tín hiệu tốt.

Bảng 3. Doanh thu từ khách lưu trú tại một số Farmstay đang hoạt động trung bình tháng từ tháng 4/2024 đến tháng 4/2025

(Đơn vị: Triệu VNĐ)

Farmstay	Năm 2024									Năm 2025			
	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12	T1	T2	T3	T4
	5-10	5-10	5-10	5-10	5-10	5-10	<5	<5	<5	<5	<5	<5	5-10
Hương Rừng	40-50	30-40	30-40	30-40	30-40	30-40	10-20	5-10	10-20	5-10	10-20	20-30	40-50
Thôn Hoa Sen	20-30	20-30	10-20	10-20	10-20	20-30	10-20	5-10	5-10	10-20	10-20	20-30	40-50
Thái Gia Trang	5-10	5-10	5-10	5-10	5-10	5-10	<5	<5	<5	<5	<5	5-10	5-10
Châu Chữ	30-40	30-40	30-40	30-40	30-40	20-30	10-20	5-10	10-20	10-20	5-10	10-20	30-40
Suối Mây						20-30	10-20	5-10	5-10	10-20	10-20	20-30	30-40
Anor	30-40	40-50	30-40	30-40	30-40	20-30	10-20	5-10	5-10	10-20	5-10	30-40	>50

Các tháng mùa mưa (tháng 10 - 12), tất cả các Farmstay đều sụt giảm doanh thu, có thời điểm dưới 5 triệu đồng/tháng, chủ yếu do thời tiết, giao thông bất lợi, ảnh hưởng đến trải nghiệm ngoài trời. Đặc biệt ở những cơ sở như Hương Tuần, Thái Gia Trang, do quy mô nhỏ, chủ yếu dựa vào dịch vụ lưu trú, dịch vụ ẩm thực và trải nghiệm chưa đa dạng, chất lượng dịch vụ tại cơ sở không cạnh tranh được với các cơ sở lưu trú khác nên khả năng

hoạt động trong giai đoạn này kém. Bên cạnh biến động theo mùa, doanh thu du lịch tại các Farmstay trên địa bàn thành phố Huế còn có sự phân hóa rõ rệt theo nhóm đối tượng khách, được chia thành ba nhóm chính: khách nội tỉnh, khách ngoại tỉnh và khách quốc tế với mức chi tiêu trung bình trên mỗi lượt khách có sự khác biệt cụ thể ở bảng 4.

Bảng 4. Mức chi tiêu phổ biến (trung bình) của 1 lượt khách du lịch đối với một số dịch vụ tại các Farmstay khảo sát

Nhóm khách	Chi phí lưu trú	Chi phí ăn uống	Chi phí trải nghiệm, mua sắm	Chi phí di chuyển	Tổng mức chi tiêu trung bình
Nội tỉnh	150 - 250	100 - 150	50 - 100	<50	300 - 500
Ngoại tỉnh	250 - 400	150 - 200	100 - 200	100 - 200	600 - 1.000
Quốc tế	400 - 600	200 - 300	200 - 400	200 - 400	1000 - 1800

Kết quả bảng 4 cho thấy lượng khách quốc tế có mức chi tiêu cao nhất do thời gian lưu trú thường dài, sử dụng nhiều dịch vụ chất lượng, có xu hướng tiêu dùng trải nghiệm. Nhóm khách ngoại tỉnh, tương tự cũng ghi nhận mức tiêu dùng cao hơn so với đối tượng khách nội tỉnh. Trong khi đó, nhóm khách chiếm tỉ trọng cao trong cơ cấu khách du lịch phân theo nơi đến lại là nhóm khách nội tỉnh (gần 70%). Dẫn đến việc khách đông nhưng doanh thu chưa tương xứng, là một thách thức lớn đối với việc đảm bảo hiệu quả kinh tế, thu nhập ổn định cho Farmstay. Do vậy để tăng trưởng và phát triển hiệu quả và ổn định hơn, các Farmstay cần tái cấu trúc chiến lược thị trường, hướng đến khách ngoại tỉnh và quốc tế - những phân khúc có giá trị chi tiêu cao. Đồng thời, cần đầu tư vào đa dạng hóa sản phẩm, phát triển các dịch vụ có giá trị gia tăng (ẩm thực đặc sản, thủ công mỹ nghệ, trải nghiệm văn hóa - nông nghiệp), và đẩy mạnh liên kết với các kênh phân phối hiện đại, nền tảng số, và doanh nghiệp lữ hành.

3.3.4. Tính mùa (Thời gian hoạt động)

Theo Richard Butler và cs (2001) tính không cân bằng về mặt thời gian trong du lịch thể hiện qua số lượng khách, chi tiêu, lưu thông, việc làm…, yếu tố mùa vụ trong du lịch không chỉ do điều kiện tự nhiên như khí hậu mà còn chịu ảnh hưởng lớn từ các quy định xã hội (kỳ nghỉ, lễ hội, mùa học…) tạo ra các "đỉnh" và "thung lũng" về lưu lượng du khách (Butler, 2001). Do đó, để xác định tính mùa của hoạt động du lịch Farmstay, nhóm tác giả đã dựa trên yếu tố số lượng khách du lịch đến lưu trú. Khảo sát người lao động về lượt khách du lịch đến lưu trú từ tháng 4/2024 đến hết tháng 4/2025 tại các cơ sở thực hiện mô hình Farmstay đang hoạt động, thống kê lượt khách du lịch trung bình tháng tại 07 Farmstay đang duy trì hoạt động, có thể nhận thấy sự phân hóa theo thời gian và mức độ thu hút giữa các Farmstay (bảng 5).

Bảng 5. Số lượt khách du lịch đến lưu trú trung bình tháng từ tháng 4/2024 đến tháng 4/2025

(Đơn vị: lượt khách)

Farmstay	Năm 2024									Năm 2025			
	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12	T1	T2	T3	T4
Hương Tuần	20 -50	20 -50	20 -50	20 -50	20 -50	20 -50	<20	<20	<20	<20	<20	<20	20 -50
Hương Rừng	>200	>200	100-200	100-200	100-200	100-200	20-50	<20	20-50	<20	20-50	50-100	100-200
Thôn Hoa Sen	50 - 100	50 - 100	20-50	20-50	20-50	50-100	20-50	<20	<20	20-50	20-50	50-100	100-200
Thái Gia Trang	20 - 50	20-50	20-50	20-50	20-50	20-50	<20	<20	<20	<20	<20	20-50	20-50
Châu Chữ	100-200	100-200	100-200	100-200	100-200	50-100	20-50	<20	20-50	20-50	<20	20-50	100-200
Suối Mây						50-100	20-50	<20	<20	20-50	20-50	50-100	100-200
Anor	100-200	>200	100-200	100-200	100-200	50-100	20-50	<20	<20	20-50	<20	50-100	>200

Thời gian hoạt động của các Farmstay tại Huế thường chịu ảnh hưởng bởi mùa du lịch cao điểm và điều kiện thời tiết. Nhìn chung, lượng khách du lịch tập trung đông - mùa cao điểm vào các tháng mùa hè, từ sau tháng 3 đến tháng 9, khi thời tiết khô ráo, thuận lợi cho các hoạt động ngoài trời. Đặc biệt các dịp lễ như giỗ tổ Hùng Vương, 30/4 - 1/5, Quốc Khánh 2/9, số lượt khách du lịch của hầu hết các Farmstay đều đạt đỉnh vào khoảng tháng 4 tháng 5. Một số Farmstay như Hương Rừng, Anor, Châu Chữ ghi nhận trung bình đạt từ 100-200 lượt khách/tháng. Ngược lại, mùa mưa (từ tháng 10 - 12 và thời kì rét vào tháng 1 đến đầu tháng 3), lượng khách giảm do ảnh hưởng của mưa lớn, bão, lũ lụt và điều kiện thời tiết lạnh giá, không thuận lợi, các cơ sở chỉ đón 20-50 lượt khách và <20 lượt khách/tháng, cho thấy tính mùa vụ rõ rệt trong du lịch trải nghiệm nông nghiệp và mô hình du lịch Farmstay. Kết quả này khẳng định mối quan hệ giữa điều kiện khí hậu - nhu cầu du

lịch - loại hình hoạt động du lịch trong nhà hay ngoài trời ảnh hưởng đến hoạt động lưu trú, trải nghiệm tại các Farmstay, trùng với nhận định về mùa du lịch của Butler (2001), cho rằng tính mùa là một trong những đặc trưng khó điều chỉnh nhất của du lịch tự nhiên nếu không có cơ chế can thiệp chủ động từ chính sách hoặc mô hình kinh doanh sáng tạo.Vì vậy, để kéo dài mùa du lịch, các Farmstay cần bổ sung các sản phẩm không phụ thuộc thời tiết như nghỉ dưỡng trong nhà, trải nghiệm văn hóa dân gian, tổ chức hội thảo, học làm nông nghiệp công nghệ cao, du lịch chữa lành (wellness), hoặc kết hợp du lịch học đường.

3.3.5. Công tác quảng bá, thúc đẩy phát triển mô hình du lịch

Công tác quảng bá Farmstay ở thành phố Huế hiện nay khá hạn chế. Qua khảo sát và phân tích, đa số khách hàng tìm đến các Farmstay thông qua sự giới thiệu của người quen và tìm thấy trên mạng xã hội, người lao động tại các cơ sở Farmstay cũng cho biết mới chỉ sử dụng các kênh quảng bá truyền thống như giới thiệu với người quen hoặc fanpage cơ bản, thiếu sự hiện diện trên các nền tảng OTA (Online Travel Agencies) như Agoda, Booking hoặc nền tảng mạng xã hội như Facebook, Instagram, Tiktok, ... Vì vậy, khả năng tiếp cận thị trường ngoài tỉnh và quốc tế thấp, khách hàng tiềm năng khó tiếp nhận. Phân tích cũng cho thấy sự thiếu kết nối giữa các Farmstay với các doanh nghiệp lữ hành và hệ sinh thái du lịch địa phương - yếu tố quyết định đến khả năng tham gia vào chuỗi cung ứng du lịch vùng. Do đó, muốn mở rộng thị phần và nâng cao doanh thu, các cơ sở cần chuyên nghiệp hóa truyền thông, xây dựng thương hiệu, tận dụng nền tảng số và kết nối mạng lưới đối tác.

3.3.6. Nhân lực phục vụ

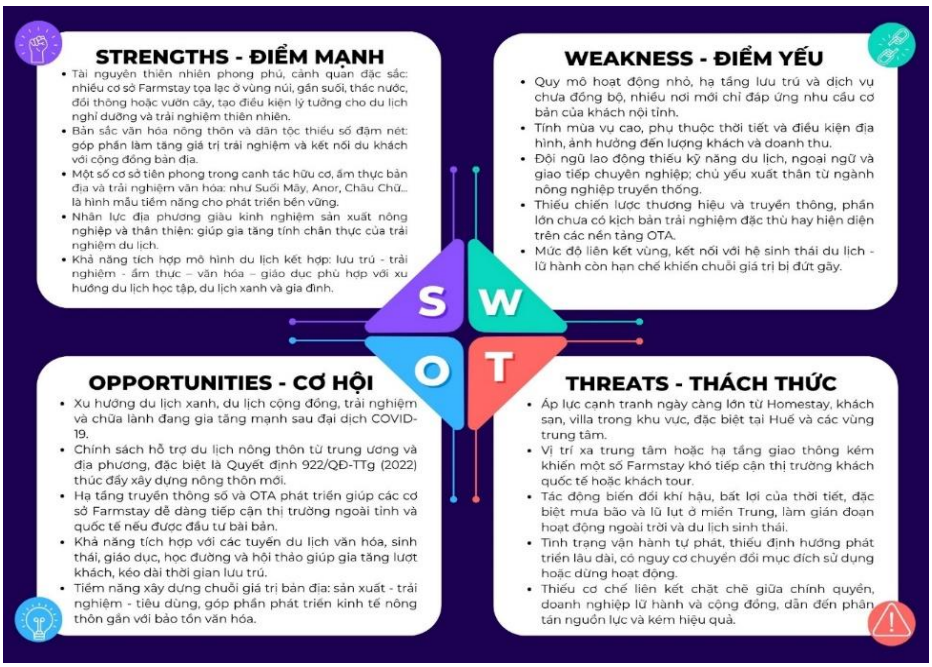
Nguồn nhân lực tại các cơ sở Farmstay theo khảo sát cho thấy hiện nay chủ yếu là lao động địa phương, trong độ tuổi 15 đến 45, với đặc điểm có kinh nghiệm sản xuất nông nghiệp truyền thống và hiểu biết văn hóa bản địa. Đây được xem là lợi thế đặc thù của loại hình du lịch nông nghiệp khi so sánh với các mô hình lưu trú hiện đại khác vì tính chân thực và khả năng tương tác cao giữa du khách và cộng đồng. Tuy nhiên, kết quả khảo sát cũng chỉ ra nhiều bất cập về số lượng, chất lượng nguồn nhân lực. Về số lượng, mỗi Farmstay thường chỉ duy trì (làm việc toàn thời gian) không quá 5 lao động thường xuyên, đội ngũ lao động bán thời gian hoặc thời vụ, làm việc không ổn định và thường kiêm nhiệm nhiều công việc khác ngoài du lịch. Về chất lượng, phần lớn người lao động chưa được đào tạo về nghiệp vụ du lịch, kỹ năng giao tiếp với khách hàng, ngoại ngữ, phương pháp tổ chức và quản lý dịch vụ. Điều này ảnh hưởng đáng kể đến chất lượng phục vụ, khả năng duy trì sự hài lòng của khách và nâng cao giá trị trải nghiệm. Trong bối cảnh Farmstay đang phát triển theo hướng tiếp cận các thị trường du lịch trung, cao cấp và khách quốc tế, việc đầu tư vào đào tạo nhân lực có hệ thống là yêu cầu cấp thiết. Các chương trình tập huấn kỹ năng mềm, nghiệp vụ lưu trú, quản trị du lịch cộng đồng, giao tiếp đa văn hóa,... cần được lồng ghép vào chiến lược phát triển mô hình Farmstay nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh.

3.3.7. Phân tích SWOT các Farmstay hoạt động ở thành phố Huế

Dựa trên kết quả điều tra thực địa, phỏng vấn các chủ cơ sở và du khách tại 10 Farmstay tiêu biểu, kết hợp với các văn bản quy hoạch và chính sách phát triển du lịch (Tú & Trà, 2024; Thủ tướng chính phủ, 2013; Ủy ban Nhân dân Thành phố Huế, 2024), nhóm nghiên cứu tiến hành phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến mô hình du lịch Farmstay theo phương pháp SWOT. Kết quả phân tích thể hiện ở hình 3.

Strengths - Điểm mạnh

Thành phố có nhiều điều kiện thuận lợi để phát triển mô hình du lịch Farmstay. Trước hết, tỉnh sở hữu tài nguyên cảnh quan phong phú, bao gồm địa hình đồi núi, thung lũng, sông suối và hệ sinh thái nông nghiệp đặc trưng của vùng nhiệt đới gió mùa. Các Farmstay như Anor, Suối Mây hay Thôn Hoa Sen được bao quanh bởi rừng nguyên sinh, dãy Bạch Mã, hồ và thác tự nhiên, tạo điều kiện lý tưởng cho hoạt động nghỉ dưỡng sinh thái và trải nghiệm nông nghiệp. Bên cạnh đó, bản sắc văn hóa đặc trưng của cộng đồng người Tà Ôi và người dân bản địa Huế là nền tảng quan trọng để phát triển các hoạt động giao lưu văn hóa, nghệ thuật, ẩm thực truyền thống. Một số Farmstay đã tích hợp các yếu tố văn hóa vào dịch vụ, như chế biến món ăn truyền thống, hướng dẫn làm nghề thủ công, tổ chức lớp học trải nghiệm, từ đó tạo được sản phẩm du lịch khác biệt. Ngoài ra, nhiều Farmstay đã phát triển mô hình sản xuất nông nghiệp hữu cơ kết hợp du lịch (trồng rau, nuôi cá tầm, dâu tây, dê...), tạo nên chuỗi giá trị kép giữa nông nghiệp và dịch vụ. Mô hình này không chỉ góp phần nâng cao giá trị sử dụng đất mà còn thúc đẩy nhận thức của du khách về tiêu dùng xanh và bền vững.



Hình 3. Phân tích SWOT mô hình du lịch Farmstay ở thành phố Huế.

Nguồn: Kết quả điều tra, phân tích dữ liệu

Weaknesses - Điểm yếu

Tuy có nhiều tiềm năng, mô hình Farmstay tại Huế vẫn tồn tại nhiều hạn chế. Phần lớn các cơ sở có quy mô nhỏ, chủ yếu là tự phát, thiếu chiến lược đầu tư bài bản và chưa hình thành hệ sinh thái du lịch đồng bộ. Cơ sở hạ tầng lưu trú chưa đáp ứng nhu cầu của khách quốc tế và khách cao cấp; dịch vụ ẩm thực, mua sắm, vui chơi còn đơn điệu. Một số Farmstay còn thiếu tiện nghi cơ bản hoặc không đủ sức chứa trong mùa cao điểm. Nguồn nhân lực cũng là một điểm yếu đáng kể. Đội ngũ lao động chủ yếu là người địa phương, lớn tuổi, ít được đào tạo bài bản về du lịch, hạn chế về kỹ năng giao tiếp, ngoại ngữ và sử dụng công nghệ. Điều này làm giảm khả năng cung cấp dịch vụ chuyên nghiệp, ảnh hưởng đến chất lượng trải nghiệm. Ngoài ra, hoạt động Farmstay tại nhiều địa phương chưa gắn kết chặt chẽ với chính quyền, doanh nghiệp lữ hành và cộng đồng. Sự thiếu liên kết này dẫn đến việc mỗi cơ sở phát triển riêng lẻ, không tận dụng được lợi thế vùng hay chia sẻ nguồn lực hiệu quả.

Opportunities - Cơ hội

Trong bối cảnh du lịch đang phục hồi sau đại dịch, xu hướng du lịch trải nghiệm, nghỉ dưỡng nông nghiệp và du lịch học đường đang tăng trưởng mạnh. Điều này tạo ra cơ hội lớn cho mô hình Farmstay - loại hình có khả năng tích hợp giữa lưu trú, giáo dục, trải nghiệm và nghỉ dưỡng. Mặt khác, chính quyền thành phố Huế đang triển khai nhiều chính sách khuyến khích phát triển du lịch nông thôn gắn với xây dựng nông thôn mới (Thủ tướng Chính phủ, 2022). Đây là điều kiện thuận lợi để các cơ sở tiếp cận hỗ trợ tài chính, đào tạo, xúc tiến thương mại và liên kết tour tuyến. Bên cạnh đó, sự phát triển của nền tảng truyền thông số, OTA và mạng xã hội giúp các cơ sở Farmstay tiếp cận khách hàng mới mà không phụ thuộc vào kênh phân phối truyền thống. Nếu được đầu tư đúng hướng, các Farmstay hoàn toàn có thể xây dựng thương hiệu riêng, mở rộng thị phần khách ngoại tỉnh và quốc tế.

Threats - Thách thức

Thứ nhất là cạnh tranh ngày càng gia tăng từ các loại hình lưu trú như Homestay, villa và khách sạn có lợi thế về tiện nghi, vị trí, quảng bá và giá cả.

Thứ hai, điều kiện địa hình và thời tiết là rào cản lớn. Các khu vực A Lưới, Nam Đông có địa hình núi cao, đèo dốc, dễ bị chia cắt trong mùa mưa bão, gây khó khăn trong tiếp cận và đảm bảo an toàn cho du khách.

Thứ ba, nhiều cơ sở Farmstay chưa có chiến lược phát triển dài hạn, thiếu khả năng thích ứng với biến động thị trường, dễ dẫn đến chuyển đổi mục đích kinh doanh hoặc ngừng hoạt động nếu doanh thu không đảm bảo. Việc thiếu liên kết chặt chẽ với hệ sinh thái du lịch - lữ hành - nông nghiệp cũng làm giảm sức cạnh tranh và khả năng mở rộng thị phần.

Nhìn chung, kết quả khảo sát và phân tích thực tế tại các cơ sở Farmstay trên địa bàn thành phố Huế cho thấy mô hình này bước đầu đã hình thành cấu trúc dịch vụ tương đối đa dạng, có sự khác biệt về mức độ đầu tư, hiệu quả vận hành và khả năng thu hút khách. Bên cạnh những yếu tố thuận lợi về tài nguyên, văn hóa, vị

trí, xu hướng du lịch trải nghiệm nông thôn, các Farmstay cũng đang đối mặt với nhiều khó khăn như mùa vụ, năng lực tổ chức, tính chuyên nghiệp trong dịch vụ, hạn chế trong tiếp cận thị trường ngoại tỉnh và quốc tế. Trên cơ sở các kết quả nghiên cứu về đặc điểm hoạt động, cơ cấu khách du lịch, mức độ chi tiêu, mô hình doanh thu và các yếu tố thuận lợi, khó khăn trên, có thể thấy rằng mô hình Farmstay tại thành phố Huế vừa chứa đựng tiềm năng phát triển lớn, vừa đối diện nhiều rào cản nội tại. Để phát huy hiệu quả loại hình du lịch này cần xây dựng hệ thống giải pháp toàn diện, có định hướng chiến lược phù hợp với điều kiện thực tiễn địa phương và xu thế phát triển du lịch mới.

3.4. Giải pháp phát triển mô hình du lịch Farmstay ở thành phố Huế

Bảng 6. Định hướng chiến lược phát triển du lịch Farmstay tại thành phố Huế theo phân tích SWOT

Nhóm chiến lược	Giải pháp
SO - Phát huy điểm mạnh để tận dụng cơ hội	Phát triển sản phẩm đặc trưng, bản địa, cụm không gian trải nghiệm văn hóa, sinh thái
WO - Khắc phục điểm yếu để tận dụng cơ hội	Đào tạo nhân lực, ứng dụng chuyển đổi số, hợp lý hóa quy hoạch và cải thiện hạ tầng
ST - Phát huy điểm mạnh để đối phó với thách thức	Đa dạng hóa sản phẩm nhằm khắc phục tính mùa, có chiến lược quảng bá, định vị thương hiệu, phân khúc thị trường
WT - Hạn chế điểm yếu giảm rủi ro	Chuẩn hóa mô hình, hình thành chuỗi giá trị và liên kết bền vững

Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu

Thứ nhất, để phát huy điểm mạnh nội tại nhằm tận dụng cơ hội bên ngoài (SO), cần tập trung phát triển các sản phẩm du lịch nông nghiệp đặc thù có sự gắn kết chặt chẽ giữa yếu tố bản địa, thiên nhiên và trải nghiệm văn hóa. Các mô hình Farmstay cần mở rộng hoạt động theo hướng đa chức năng - không chỉ dừng lại ở lưu trú, mà phải tích hợp canh tác hữu cơ, chế biến ẩm thực, học nghề thủ công và giao lưu văn hóa dân tộc thiểu số. Những lợi thế về vị trí gần di sản (Huế), gần hệ sinh thái tự nhiên (Bạch Mã, A Lưới) cần được quy hoạch thành cụm không gian trải nghiệm, phục vụ khách lẻ, khách học đường và khách quốc tế có thời gian lưu trú dài ngày.

Thứ hai, nhằm khắc phục những điểm yếu vốn có để nắm bắt được cơ hội thị trường (WO), cần có chính sách đào tạo và nâng cao chất lượng nguồn nhân lực tại chỗ. Việc tổ chức các lớp tập huấn ngắn hạn, kỹ năng phục vụ, giao tiếp, an toàn du lịch và marketing số cho người làm Farmstay là thiết yếu. Cùng với đó, cần đẩy mạnh chuyển đổi số, thiết lập website chuyên biệt, tận dụng nền tảng OTA (Traveloka, Booking, Agoda...) và mạng xã hội để truyền thông thương hiệu và tiếp cận khách hàng ngoài tỉnh, quốc tế. Vai trò của chính quyền địa phương trong hỗ trợ quy hoạch, cấp phép, hạ tầng giao thông, điện, nước, mạng và môi trường cũng đóng vai trò then chốt trong việc nâng cao năng lực tiếp cận cơ hội của mô hình Farmstay.

Thứ ba, để phát huy điểm mạnh nhằm ứng phó hiệu quả với các thách thức (ST), các cơ sở Farmstay cần xây dựng các "sản phẩm 4 mùa" - thiết kế hoạt động linh hoạt theo điều kiện thời tiết: mùa nắng tập trung vào cắm trại, trải nghiệm ngoài trời; mùa mưa tổ chức lớp học trong nhà, thiền, trị liệu thảo dược, chế biến ẩm thực... Đồng thời, phát triển chiến lược thương hiệu Farmstay Huế, sản phẩm du lịch sinh thái, văn hóa, cộng đồng có bản sắc riêng là cần thiết trong bối cảnh cạnh tranh ngày càng cao từ các loại hình lưu trú khác. Việc tổ chức phân khúc thị trường theo nhóm tuổi, nhu cầu (nghỉ dưỡng - học tập - chữa lành - khám phá) sẽ giúp tăng mức độ phù hợp và giá trị cảm nhận của du khách.

Thứ tư, để hạn chế điểm yếu nội tại, giảm thiểu rủi ro ngoại cảnh (WT), cần xây dựng và áp dụng bộ tiêu chí phát triển Farmstay theo hướng bền vững: sinh thái, văn hóa, giáo dục, kinh tế và cộng đồng. Các cơ sở cần được vận hành theo quy trình quản trị bài bản, có kế hoạch tài chính ổn định và kịch bản ứng phó rủi ro (thiên tai, mùa thấp điểm, biến động chi phí...). Ngoài ra, sự hình thành các liên kết theo chiều ngang (giữa các Farmstay), chiều dọc (giữa Farmstay - HTX - doanh nghiệp lữ hành - trường học - chính quyền) sẽ tạo ra chuỗi giá trị khép kín, tăng khả năng chống chịu và phát triển lâu dài.

Các nhóm giải pháp phát triển nêu trên, được xây dựng dựa trên kết quả phân tích SWOT cụ thể, không chỉ nhằm khắc phục những hạn chế trong hoạt động của các Farmstay hiện có mà còn hướng tới phát huy lợi thế cạnh tranh và tối ưu hóa tiềm năng phát triển du lịch nông nghiệp - sinh thái - cộng đồng của thành phố Huế. Việc triển khai đồng bộ các giải pháp theo định hướng này, cùng với sự hỗ trợ từ chính quyền địa phương và sự chủ động thích ứng của cộng đồng và doanh nghiệp, sẽ tạo nền tảng quan trọng cho việc hình thành một hệ sinh thái Farmstay bền vững. Đây cũng là cơ sở để hoạch định chiến lược phát triển dài hạn phù hợp với không gian du lịch xanh, nông nghiệp hữu cơ, nông thôn mới và đô thị vệ tinh.

4. KẾT LUẬN

Mô hình du lịch Farmstay tại thành phố Huế trong giai đoạn khởi đầu, song hội tụ nhiều điều kiện thuận lợi để phát triển. Những điểm mạnh như tài nguyên thiên nhiên - nông nghiệp phong phú, khí hậu ôn hòa, bản sắc văn hóa đa dạng, sự quan tâm của chính quyền địa phương là nền tảng quan trọng cho việc hình thành và mở rộng loại hình du lịch này. Tuy nhiên, mô hình Farmstay cũng đang đối diện với những điểm yếu như quy mô nhỏ lẻ, thiếu chuyên nghiệp trong vận hành, cơ sở hạ tầng chưa đồng bộ, sự hạn chế trong liên kết thị trường, sự cạnh tranh với các loại hình lưu trú khác, tác động của biến đổi khí hậu và nguy cơ phát triển tự phát nếu thiếu cơ chế quản lý phù hợp.

Lời cảm ơn: Nghiên cứu này được tài trợ bởi Trường Đại học Sư Phạm, Đại học Huế trong đề tài nghiên cứu khoa học cấp Trường, mã số: **T.24.XH.507.21**, dưới sự giúp đỡ của cố vấn ThS. Trần Thị Cẩm Tú.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Baba, H. B. (2018). *Creative tourism experience of tourist in Kiulu Farmstay Sabah* (Master's thesis). Universiti Teknologi Malaysia, Faculty of Environment & Architecture, Johor Bahru.

Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch. (2021). *Farmstay: Mô hình du lịch cần được khai thác ở Huế*. https://vietnamtourism.gov.vn

Butler, R. W. (2001). Seasonality in tourism: Issues and implications. In T. Baum & S. Lundtorp (Eds.), *Seasonality in tourism* (pp. 5–22). Pergamon.

Food and Agriculture Organization of the United Nations. (2014). *Agritourism development: A manual for economic and social development*. FAO.

Minh, M. (2020). Xu hướng phát triển farmstay nhìn từ tiềm năng bất động sản nông nghiệp. *Reatimes*. https://reatimes.vn

Shakur, S., & Holland, J. D. (2000). *Supply analysis of farm tourism: Results from a farmstay survey in New Zealand* (Discussion Paper No. 00.17). Department of Applied and International Economics, Massey University.

Thủ tướng Chính phủ. (2013). *Quyết định số 201/QĐ-TTg ngày 22/01/2013 phê duyệt Quy hoạch tổng thể phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030*. Hà Nội.

Thủ tướng Chính phủ. (2022). *Quyết định số 922/QĐ-TTg ngày 02/08/2022 phê duyệt Chương trình phát triển du lịch nông thôn xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2021–2025*. Hà Nội.

Trúc, L. T. N., & Hoàng, N. X. (2023). Phát triển du lịch farmstay tại thị xã Duyên Hải, tỉnh Trà Vinh: Tiềm năng và giải pháp. *Tạp chí Khoa học, Trường Đại học Đông Á*, *2*(3[7]), 100–119.

Tú, T. T. C., & Trà, B. T. N. (2024). Mô hình du lịch farmstay ở tỉnh Thừa Thiên Huế. Trong *Kỷ yếu Hội nghị Địa lý toàn quốc lần thứ XIV* (Quyển 2, tr. 639–649). Thành phố Huế.

Ủy ban Nhân dân Thành phố Huế. (2013). *Quy hoạch tổng hợp phát triển du lịch tỉnh Thừa Thiên Huế giai đoạn 2013–2030*. Thành phố Huế.

Ủy ban Nhân dân Thành phố Huế. (2024). *Quy hoạch chung đô thị tỉnh Thừa Thiên Huế đến năm 2045, tầm nhìn đến năm 2065*. Thành phố Huế.

Current status and solutions for developing the farmstay tourism model in Hue city

Bach Thi Ngoc Tra, Le Minh Thong, Ngo Quoc Vu, Ngo Thi Thuy Tien, Tran Thi Cam Tu

Faculty of Geography, University of Education, Hue University

ARTICLE INFO

Article history:
Received 12 May 2025
Received in revised form 25 June 2025
Accepted 28 June 2025
Published 20 October 2025

Keywords:
Farmstay
Current Status
Solutions
Hue city

Corresponding author:
Bach Thi Ngoc Tra
E-mail address:
btntra@dhsphue.edu.vn

ABSTRACT

This study aims to examine the current status and propose solutions for the development of the farmstay tourism model in Hue City, a relatively new but promising form of agricultural tourism. The research is grounded in theoretical frameworks and based on the analysis of primary data collected through interviews with 80 participants, including 66 tourists and 14 farmstay owners or employees. The findings indicate that Farmstay tourism in Hue City remains underdeveloped, characterized by small-scale operations, irregular activities, and modest visitor numbers and revenue. Accordingly, the study proposes several solutions to enhance the effectiveness and sustainability of this tourism model.