ĐẠI HỌC QUỐC GIA HÀ NỘI

TRƯỜNG ĐẠI HỌC KHOA HỌC XÃ HỘI VÀ NHÂN VĂN

NGUYỄN YẾN PHƯỢNG

PHÁT TRIỂN DU LỊCH NÔNG NGHIỆP Ở VÙNG TRÀ TÂN CƯƠNG, THÁI NGUYÊN

LUẬN VĂN THẠC SĨ DU LỊCH

Hà Nội, 2026

ĐẠI HỌC QUỐC GIA HÀ NỘI
TRƯỜNG ĐẠI HỌC KHOA HỌC XÃ HỘI VÀ NHÂN VĂN

NGUYỄN YẾN PHƯỢNG

PHÁT TRIỂN DU LỊCH NÔNG NGHIỆP Ở VÙNG TRÀ TÂN CƯƠNG, THÁI NGUYÊN

LUẬN VĂN THẠC SĨ DU LỊCH
Mã số: 8810101

Người hướng dẫn khoa học: PGS.TS Đặng Thị Phương Anh

Hà Nội, 2026

LỜI CAM KẾT

Tôi xin cam kết rằng luận văn với đề tài: "**Phát triển du lịch nông nghiệp ở vùng trà Tân Cương, Thái Nguyên"** là công trình nghiên cứu do chính tôi thực hiện dưới sự hướng dẫn của giảng viên hướng dẫn khoa học.

Các số liệu, tài liệu, kết quả nghiên cứu được sử dụng trong luận văn là trung thực, có nguồn gốc rõ ràng và được trích dẫn đầy đủ theo quy định. Những kết quả nghiên cứu, nhận xét và đề xuất trong luận văn chưa từng được công bố trong bất kỳ công trình nghiên cứu nào khác.

Hà Nội, ngày 6 tháng 9 năm 2026

Tác giả luận văn

Nguyễn Yến Phượng

LỜI CẢM ƠN

Trong suốt quá trình học tập, nghiên cứu và hoàn thành luận văn này, tôi đã nhận được sự quan tâm, giúp đỡ và động viên quý báu từ nhiều cá nhân và tập thể.

Trước hết, tôi xin chân thành cảm ơn Ban Giám hiệu Trường Đại học Khoa học Xã hội & Nhân Văn - Đại học Quốc Gia Hà Nội, quý thầy cô của Khoa Du lịch học đã truyền đạt những kiến thức chuyên môn, tạo điều kiện thuận lợi trong suốt quá trình học tập và nghiên cứu.

Tôi xin bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc tới giảng viên hướng dẫn khoa học – PGS.TS Đặng Thị Phương Anh đã tận tình hướng dẫn, chỉ bảo và tạo mọi điều kiện thuận lợi để tôi hoàn thành luận văn. Những ý kiến đóng góp quý báu và sự tận tâm của cô là nguồn động lực to lớn giúp tôi hoàn thiện nghiên cứu này.

Tôi xin gửi lời cảm ơn tới các cơ quan, đơn vị, hợp tác xã, doanh nghiệp du lịch, các hộ sản xuất kinh doanh trà và toàn thể các cá nhân đã nhiệt tình hỗ trợ, cung cấp thông tin, tham gia khảo sát và phỏng vấn, tạo điều kiện để tôi thu thập số liệu phục vụ cho quá trình nghiên cứu đề tài. Đồng thời, tôi xin gửi lời cảm ơn tới gia đình, bạn bè đã luôn động viên, khích lệ và tạo điều kiện thuận lợi cả về tinh thần lẫn vật chất để tôi yên tâm học tập và hoàn thành luận văn.

Mặc dù đã có nhiều cố gắng trong quá trình thực hiện, song do hạn chế về thời gian, kinh nghiệm nghiên cứu và nguồn tư liệu, luận văn khó tránh khỏi những thiếu sót. Tôi rất mong nhận được những ý kiến đóng góp quý báu của quý thầy cô, các nhà khoa học để luận văn được hoàn thiện hơn.

Xin trân trọng cảm ơn!

Hà Nội, ngày 6 tháng 9 năm 2026

Tác giả luận văn

Nguyễn Yến Phượng

MỤC LỤC

MỞ ĐẦU....1
1. Lý do chọn đề tài....1
2. Mục tiêu và nhiệm vụ nghiên cứu....3
3. Câu hỏi nghiên cứu....3
4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu....3
5. Phương pháp nghiên cứu....5
6. Đóng góp của luận văn....9
7. Kết cấu luận văn....10
CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU, CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ CƠ SỞ THỰC TIỄN VỀ PHÁT TRIỂN DU LỊCH NÔNG NGHIỆP....11
1.1. Tổng quan nghiên cứu về phát triển du lịch nông nghiệp....11
1.1.1. Các nghiên cứu về du lịch nông nghiệp....11
1.1.2. Các nghiên cứu về du lịch trà như một sản phẩm du lịch nông nghiệp đặc thù....14
1.1.3. Các nghiên cứu về phát triển du lịch ở Tân Cương, Thái Nguyên....16
1.1.4. Khoảng trống nghiên cứu....17
1.2. Cơ sở lý luận về phát triển du lịch nông nghiệp dựa vào vùng trà đặc sản....19
1.2.1. Khái niệm về du lịch....19
1.2.2. Khái niệm về du lịch nông nghiệp....20
1.2.3. Lịch sử hình thành và phát triển của du lịch nông nghiệp....23
1.2.4. Vai trò của phát triển du lịch nông nghiệp....25
1.2.5. Điều kiện phát triển du lịch nông nghiệp....26
1.2.6. Tác động của phát triển du lịch nông nghiệp theo định hướng bền vững30
1.3. Các lý thuyết liên quan đến du lịch nông nghiệp....32
1.3.1. Lý thuyết về phát triển du lịch bền vững (Sustainable tourism development)..32
1.3.2. Lý thuyết về hệ thống du lịch (Tourism system theory)....35
1.4. Khung phân tích về phát triển du lịch nông nghiệp dựa vào vùng trà....37
1.5. Cơ sở thực tiễn về phát triển du lịch nông nghiệp dựa vào vùng trà đặc sản trên thế giới và Việt Nam....37
1.5.1. Một số mô hình thành công trong phát triển du lịch nông nghiệp trên thế giới....39

1.5.2. Một số mô hình thành công trong phát triển du lịch nông nghiệp tại Việt Nam 41
1.5.3. Bài học kinh nghiệm rút ra cho vùng trà Tân Cương, Thái Nguyên 44
Tiểu kết chương 1.....45
CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DU LỊCH NÔNG NGHIỆP Ở VÙNG TRÀ TÂN CƯƠNG, THÁI NGUYÊN 47
2.1. Khái quát về vùng trà Tân Cương, Thái Nguyên.....47
2.1.1. Khái quát về vị trí địa lý, đặc điểm dân cư 47
2.1.2. Lịch sử hình thành và phát triển vùng trà Tân Cương.....49
2.2. Đánh giá khả năng phát triển du lịch nông nghiệp của vùng trà Tân Cương, Thái Nguyên 50
2.2.1. Môi trường sinh thái nông thôn 50
2.2.2. Sản phẩm và dịch vụ nông nghiệp 61
2.2.3. Sản phẩm và dịch vụ du lịch 69
2.3. Đánh giá tác động của phát triển du lịch nông nghiệp ở vùng trà Tân Cương, Thái Nguyên.....86
2.3.1. Tác động về kinh tế.....86
2.3.2. Tác động về văn hóa - xã hội 88
2.3.3. Tác động về môi trường 89
2.4. Đánh giá chung 92
2.4.1. Những kết quả đạt được.....92
2.4.2. Những hạn chế.....95
2.4.3. Nguyên nhân của những hạn chế 99
2.5. Phân tích SWOT về khả năng phát triển du lịch nông nghiệp vùng Trà Tân Cương, Thái Nguyên 101
Tiểu kết chương 2.....105
CHƯƠNG 3: ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DU LỊCH NÔNG NGHIỆP Ở VÙNG TRÀ TÂN CƯƠNG, THÁI NGUYÊN 106
3.1. Quan điểm và mục tiêu phát triển du lịch tỉnh Thái Nguyên 106
3.1.1. Mục tiêu tổng quát.....106
3.1.2. Mục tiêu cụ thể đến năm 2030.....106
3.2. Đề xuất giải pháp phát triển DLNN ở vùng trà Tân Cương.....108

3.2.1. Nhóm giải pháp về môi trường sinh thái nông thôn.....108
3.2.2. Nhóm giải pháp về phát triển sản phẩm và dịch vụ nông nghiệp.....115
3.2.3. Nhóm giải pháp về phát triển sản phẩm và dịch vụ du lịch.....117
Tiểu kết chương 3.....133
KẾT LUẬN.....134
PHỤ LỤC 144

DANH MỤC BẢNG

Bảng 2.1. Cơ cấu dân số các dân tộc thiểu số tại xã Tân Cương 48

Bảng 2.2. Đánh giá của du khách về hạ tầng công 56

Bảng 2.3. Các sản phẩm trà ở vùng trà Tân Cương.....61

Bảng 2.4. Đánh giá của khách du lịch về sức hút của sản phẩm trà.....63

Bảng 2.5. Các sản phẩm, dịch vụ DLNN ở vùng trà Tân Cương 69

Bảng 2.6. Nhu cầu và thời gian tham gia hoạt động trải nghiệm.....72

du lịch nông nghiệp của du khách 72

Bảng 2.7. Đánh giá của du khách về hoạt động trải nghiệm DLNN.....74

Bảng 2.8. Đánh giá của du khách về sự tham gia và năng lực phục vụ du lịch của cộng đồng địa phương 77

Bảng 2.9. Đánh giá của du khách về cơ sở vật chất kĩ thuật du lịch 80

Bảng 2.10. Thực trạng ứng dụng công nghệ thông tin tại các hợp tác xã, ...83

trang trại du lịch nông nghiệp trong quảng cáo và bán hàng 83

Bảng 2.11. Đánh giá của du khách về hoạt động xúc tiến – quảng bá.....84

Bảng 2.12. Phản ánh nhận định của du khách về tác động phát triển du lịch nông nghiệp 91

ở vùng trà Tân Cương.....91

Bảng 2.13. Phân tích SWOT về khả năng phát triển du lịch nông nghiệp ở vùng trà Tân Cương 102

Bảng 3.1. Lịch trình tour “Tân Cương Trà – Chạm vào bình yên”.....119

DANH MỤC HÌNH ẢNH

Hình 1.1. Sơ đồ tương quan giữa nông nghiệp và du lịch nông nghiệp 22

Hình 1.2. Mô hình phát triển du lịch bền vững của Jacobs và Sadler 33

Hình 1.3. Mô hình tiêu biểu về hệ thống du lịch 36

Hình 1.4. Khung phân tích đề xuất.....37

Hình 2.1. Bản đồ ranh giới hành chính xã Tân Cương 48

DANH MỤC BIỂU ĐỒ

Biểu đồ 2.1. Cảm nhận chung của du khách về trải nghiệm du lịch nông nghiệp ở vùng trà Tân Cương.....93

Biểu đồ 2.2. Ý định quay lại/ giới thiệu cho người khác của du khách 94

MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Hiện nay, nhiều quốc gia trên thế giới đang chú trọng và định hướng phát triển du lịch nông nghiệp như một giải pháp thúc đẩy tăng trưởng kinh tế, xóa đói giảm nghèo, nâng cao thu nhập và cải thiện đời sống của người dân khu vực nông thôn. Bên cạnh đó, loại hình du lịch này còn góp phần làm thay đổi diện mạo cảnh quan, bảo vệ môi trường sinh thái, đồng thời gìn giữ và phát huy những giá trị văn hóa truyền thống đặc sắc của địa phương. Trong bối cảnh đô thị hóa và công nghiệp hóa diễn ra ngày càng mạnh mẽ, nhiều du khách có xu hướng tìm đến những vùng quê, miền núi hay hải đảo - nơi vẫn lưu giữ vẻ đẹp nguyên sơ, không khí trong lành và các giá trị văn hóa truyền thống chưa bị ảnh hưởng bởi nhịp sống hiện đại. Chính vì vậy, du lịch nông nghiệp cũng đang dần trở thành xu hướng được ưa chuộng không chỉ trên thế giới mà còn ở Việt Nam. Việt Nam là một quốc gia có truyền thống văn hóa nông nghiệp lâu đời, song mỗi vùng - miền và địa phương lại mang những nét đặc trưng riêng biệt. Chính sự đa dạng ấy đã tạo nên bản sắc độc đáo, là tiềm năng lớn để khai thác và phát triển các sản phẩm du lịch nông nghiệp hấp dẫn, đặc biệt có sức hút lớn đối với du khách trong nước và quốc tế.

Thái Nguyên là một trong những trung tâm văn hóa - kinh tế của vùng trung du và miền núi Bắc Bộ, từ lâu đã nổi tiếng là "Đệ nhất danh Trà" với sản phẩm Trà Tân Cương. Trà không chỉ là mặt hàng nông sản có giá trị kinh tế cao, mà còn lưu giữ được nhiều giá trị văn hóa truyền thống, lối sống gắn liền với sản xuất, đặc biệt là nghề trồng, chế biến và thưởng trà - vốn có thể trở thành một sản phẩm du lịch nông nghiệp độc đáo. Trong "*Đề án phát triển du lịch tỉnh Thái Nguyên giai đoạn 2026 - 2030*", tỉnh Thái Nguyên đặt mục tiêu đưa du lịch Thái Nguyên trở thành một trong những ngành kinh tế mũi nhọn, phát triển theo hướng bền vững. Năm 2024 ngành du lịch Thái Nguyên đón hơn 3,4 triệu lượt khách, tăng hơn 39,5% so với năm 2023, riêng khách quốc tế đạt trên 150 nghìn lượt. Tổng thu từ du lịch đạt hơn 3.089 tỷ đồng, tăng hơn 44% so với năm 2023. Năm 2025, Thái Nguyên đón hơn 7,3 triệu lượt khách với doanh thu chạm mốc gần 7500 tỷ đồng (Sở VHTT & DL tỉnh Thái Nguyên, 2026). Những kết quả tăng trưởng khách và doanh thu cho thấy vị thế du lịch của Thái Nguyên ngày càng được nâng cao trong khu vực trung du và miền núi Bắc Bộ. Để đạt được kết quả trên, ban chỉ đạo phát triển du lịch tỉnh đã phối hợp với các tỉnh, thành phố trên cả nước để tổ chức các hoạt

động quảng bá xúc tiến du lịch, mang hình ảnh quê hương, đất nước, con người Thái Nguyên đến với bạn bè trong nước, quốc tế, quảng bá tiềm năng thế mạnh trong phát triển du lịch, mời gọi nhà đầu tư đến Thái Nguyên cùng hợp tác, phát triển. Đây là điều kiện thuận lợi để Thái Nguyên phát triển du lịch, đặc biệt là du lịch nông nghiệp.

Vùng trà Tân Cương là vùng chè trọng điểm, có diện tích và sản lượng lớn nhất, giữ vai trò hạt nhân trong chiến lược phát triển du lịch gắn với văn hóa trà. Trong những năm gần đây, người dân địa phương đã từng bước chuyển đổi sinh kế, từ việc chủ yếu trồng và tiêu thụ sản phẩm chè sang kết hợp phát triển các hoạt động du lịch nông nghiệp dựa trên giá trị văn hóa trà truyền thống. Tuy nhiên, thực trạng cho thấy tiềm năng phát triển du lịch nông nghiệp tại vùng trà Tân Cương vẫn đang ở giai đoạn sơ khai, phát triển tự phát và thiếu tính liên kết. Các sản phẩm du lịch chủ yếu dừng ở việc tham quan, trải nghiệm hái chè, chưa hình thành được chuỗi giá trị hoàn chỉnh, cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kĩ thuật, nhân lực và công tác quảng bá còn nhiều hạn chế. Điều này đặt ra nhu cầu cấp thiết phải có những nghiên cứu chuyên sâu, có cơ sở khoa học và thực tiễn, nhằm định hướng phát triển du lịch nông nghiệp tại vùng trà Tân Cương theo hướng hiệu quả và bền vững.

Xuất phát từ những vấn đề trên, đề tài *"Phát triển du lịch nông nghiệp ở vùng trà Tân Cương, Thái Nguyên"* được lựa chọn với mục tiêu phân tích, đánh giá tiềm năng và thực trạng phát triển loại hình du lịch này tại địa phương. Đồng thời, đề xuất các giải pháp cụ thể, khả thi nhằm phát triển du lịch nông nghiệp một cách hiệu quả, bền vững, hài hòa với điều kiện tự nhiên - xã hội của khu vực. Thông qua đó, góp phần bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa bản địa, nâng cao chất lượng đời sống người dân và hướng đến mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội bền vững cho tỉnh Thái Nguyên nói riêng và cả nước nói chung.

Từ những lý do trên, tác giả quyết định lựa chọn đề tài *"Phát triển du lịch nông nghiệp ở vùng trà Tân Cương, Thái Nguyên"* làm đề tài nghiên cứu cho luận văn Thạc sĩ của mình.

2. Mục tiêu và nhiệm vụ nghiên cứu

2.1. Mục tiêu nghiên cứu

Mục tiêu tổng quát của luận văn là phân tích và đánh giá tiềm năng, thực trạng phát triển du lịch nông nghiệp tại vùng trà Tân Cương, tỉnh Thái Nguyên, từ đó đề xuất các giải pháp khoa học và thực tiễn nhằm phát triển loại hình du lịch này theo hướng bền vững, góp phần nâng cao giá trị kinh tế - xã hội và bảo tồn bản sắc văn hóa địa phương.

2.2. Nhiệm vụ nghiên cứu

Để đạt được các mục tiêu nêu trên, luận văn tập trung thực hiện các nhiệm vụ chủ yếu như sau:

- Làm rõ cơ sở lý luận và thực tiễn về phát triển du lịch nông nghiệp trên thế giới và ở Việt Nam.

- Phân tích tiềm năng và đánh giá thực trạng tài nguyên, các sản phẩm du lịch nông nghiệp hiện có, đặc biệt là sản phẩm về trà, hiệu quả hoạt động phát triển du lịch nông nghiệp tại vùng trà Tân Cương.

- Phân tích điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức (SWOT) trong việc phát triển du lịch nông nghiệp tại vùng trà Tân Cương.

- Đề xuất các giải pháp cụ thể nhằm phát triển du lịch nông nghiệp tại vùng trà Tân Cương theo hướng hiệu quả, bền vững

3. Câu hỏi nghiên cứu

Để đáp ứng được tính cấp thiết của đề tài, luận văn cần trả lời cho các câu hỏi sau:

- Căn cứ nào để đánh giá khả năng phát triển du lịch nông nghiệp tại vùng đặc sản?

- Vùng trà Tân Cương có những tiềm năng, lợi thế nào để phát triển du lịch nông nghiệp gắn với các sản phẩm trà?

- Thực trạng phát triển du lịch nông nghiệp ở vùng trà Tân Cương như thế nào?

- Giải pháp nào để phát triển du lịch nông nghiệp vùng trà Tân Cương theo hướng bền vững?

4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

4.1. Đối tượng nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu của đề tài là hoạt động phát triển du lịch nông nghiệp ở vùng trà Tân Cương, tỉnh Thái Nguyên.

4.2. Phạm vi nghiên cứu

a) Phạm vi không gian

Phạm vi không gian tổng thể: Đề tài nghiên cứu trên phạm vi Vùng trà Tân Cương theo ranh giới Chỉ dẫn địa lý được Cục Sở hữu trí tuệ công nhận năm 2007 (bao gồm 03 xã: Tân Cương, Phúc Trìu, Phúc Xuân thuộc tỉnh Thái Nguyên).

Địa bàn khảo sát trọng điểm (Vùng lõi/Hạt nhân): Do nguồn lực và thời gian nghiên cứu có hạn, đồng thời để bảo đảm tính chuyên sâu, đề tài chọn xã Tân Cương làm địa bàn thu thập số liệu sơ cấp và khảo sát thực địa trọng điểm. Đây là không gian hạt nhân giữ vai trò trung tâm về diện tích chè, tập trung các điểm đến du lịch nông nghiệp biểu tượng (Không gian văn hóa Trà, HTX Hảo Đạt, Tiến Yên Farmstay, HTX Thái Sinh,…). Các xã Phúc Trìu, Phúc Xuân được nghiên cứu với vai trò là không gian kết nối, bổ trợ cảnh quan và tuyến điểm liên vùng.

b) Phạm vi thời gian

Dữ liệu thứ cấp: Số liệu và thực trạng nghiên cứu: thu thập giai đoạn từ 2020 đến 2025 để phản ánh quá trình hình thành và phát triển của du lịch nông nghiệp ở vùng trà Tân Cương. (Trọng tâm là 3 năm gần đây là 2023 - 2024 -2025)

Dữ liệu sơ cấp phục vụ cho nghiên cứu được thu thập trong khoảng thời gian từ tháng 9 năm 2025 đến tháng 4 năm 2026. Đây là giai đoạn gần thời điểm thực hiện nghiên cứu, phản ánh tương đối đầy đủ và cập nhật thực trạng phát triển du lịch nông nghiệp ở vùng trà Tân Cương, tỉnh Thái Nguyên.

Trong khoảng thời gian này, tác giả tiến hành khảo sát thực địa, phát phiếu điều tra đối với du khách, đồng thời thực hiện phỏng vấn sâu các bên liên quan như cộng đồng địa phương, đại diện các hợp tác xã và đại diện chính quyền địa phương và doanh nghiệp du lịch. Việc lựa chọn giai đoạn thu thập dữ liệu trên nhằm đảm bảo các thông tin thu được sát với thực tiễn, góp phần nâng cao độ tin cậy và giá trị khoa học của kết quả nghiên cứu.

Đề xuất định hướng và giải pháp: định hướng đến giai đoạn 2026 - 2030, phù hợp với chiến lược phát triển du lịch của tỉnh Thái Nguyên.

c) Phạm vi nội dung

Về nội dung, luận văn tập trung nghiên cứu hoạt động phát triển du lịch nông

nghiệp ở vùng trà Tân Cương trên cơ sở khai thác các giá trị đặc trưng của cây chè, nghề trồng chè, chế biến chè, văn hóa thưởng trà, cảnh quan vùng chè và đời sống cộng đồng địa phương. Cụ thể, nội dung nghiên cứu bao gồm:

- Hệ thống hóa cơ sở lý luận và thực tiễn về du lịch nông nghiệp và du lịch nông nghiệp gắn với vùng trà đặc sản.
- Phân tích tiềm năng và đánh giá thực trạng phát triển du lịch nông nghiệp tại vùng trà Tân Cương, đồng thời phân tích điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức trong quá trình phát triển du lịch nông nghiệp tại địa phương.
- Đề xuất một số giải pháp nhằm phát triển du lịch nông nghiệp ở vùng trà Tân Cương theo hướng hiệu quả, bền vững, gắn với bảo tồn văn hóa trà, nâng cao giá trị sản phẩm nông nghiệp, cải thiện sinh kế cho cộng đồng địa phương và đóng góp vào định hướng phát triển du lịch chung của tỉnh Thái Nguyên.

5. Phương pháp nghiên cứu

5.1. Phương pháp thu thập dữ liệu

Thu thập thông tin qua hai nguồn tài liệu để phục vụ quá trình phân tích và đánh giá:

Nguồn tài liệu thứ cấp: bao gồm các tài liệu đã được công bố trong các công trình nghiên cứu trước đây như luận văn, bài báo khoa học, sách, báo cáo và các tài liệu liên quan đến lĩnh vực du lịch nông nghiệp và các nội dung có liên quan đến đề tài nghiên cứu. Ngoài ra, nghiên cứu còn sử dụng các văn bản quản lý nhà nước, báo cáo chuyên ngành, số liệu thống kê từ các cơ quan chức năng và các nguồn dữ liệu thứ cấp khác nhằm phục vụ cho quá trình phân tích và đánh giá vấn đề nghiên cứu.

Nguồn tài liệu sơ cấp: là nguồn tài liệu được thu thập từ tác giả trong quá trình nghiên cứu bằng các phương pháp như: Khảo sát thực địa, điều tra phỏng vấn

bằng bảng hỏi... Nguồn dữ liệu này phản ánh trực tiếp thực trạng của đối tượng nghiên cứu, là cơ sở quan trọng phục vụ cho quá trình phân tích, đánh giá và đề xuất các giải pháp phù hợp với mục tiêu nghiên cứu

5.2. Phương pháp khảo sát thực địa (điền dã)

Phương pháp khảo sát thực địa, được sử dụng nhằm thu thập dữ liệu trong môi trường tự nhiên. Phương pháp này cho phép tác giả quan sát bối cảnh thực tế, khai thác sâu sắc các hiện tượng và đánh giá toàn diện đối tượng nghiên cứu. Trong quá trình khảo sát, tác giả trực tiếp tiến hành phỏng vấn, ghi chép, và quan sát những diễn biến cụ thể

thực tế. Trong phạm vi nghiên cứu này, phương pháp được áp dụng để tìm hiểu các khía cạnh liên quan đến phát triển du lịch nông nghiệp ở Vùng trà Tân Cương.

Tác giả đã thực hiện các chuyến đi khảo sát như sau:

- Chuyến khảo sát thứ nhất: từ 20 - 25/12/2025, tác giả thực hiện chuyến đi khảo sát thực địa trong 05 ngày tại khu vực nghiên cứu. Nội dung khảo sát tập trung vào việc quan sát trực tiếp cảnh quan nông nghiệp, hệ thống cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ du lịch, đồng thời ghi nhận hiện trạng các điểm tham quan, tuyến trải nghiệm và các hoạt động du lịch nông nghiệp đang được khai thác.
- Chuyến khảo sát thứ hai: Ngày 25/03 - 01/4/2026, tác giả tiến hành chuyến khảo sát trong 08 ngày, kết hợp thực hiện phỏng vấn sâu với đại diện UBND xã Tân Cương, cộng đồng địa phương và chủ các hợp tác xã. Nội dung phỏng vấn nhằm thu thập thông tin về thực trạng phát triển du lịch nông nghiệp, định hướng khai thác tài nguyên, và những khó khăn, thuận lợi trong quá trình phát triển, qua đó bổ sung dữ liệu phục vụ nghiên cứu.

5.3. Phương pháp phỏng vấn sâu

Phương pháp phỏng vấn sâu được sử dụng nhằm thu thập dữ liệu định tính, làm rõ thực trạng, tiềm năng, hạn chế và định hướng phát triển du lịch nông nghiệp tại vùng trà Tân Cương. Phương pháp này giúp bổ sung những khía cạnh mà dữ liệu định lượng chưa phản ánh đầy đủ, đặc biệt là kinh nghiệm thực tiễn, nhận thức, quan điểm, khó khăn và kỳ vọng của các bên liên quan trong quá trình phát triển du lịch nông nghiệp.

Nghiên cứu đã thực hiện 21 cuộc phỏng vấn sâu với đại diện Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh, Ủy ban nhân dân xã Tân Cương, cộng đồng địa phương, chủ các hợp tác xã và doanh nghiệp du lịch. Số lượng người tham gia phỏng vấn được xác định theo nguyên tắc bão hòa thông tin, tức là quá trình thu thập dữ liệu được kết thúc khi các thông tin thu thập bắt đầu lặp lại và không xuất hiện thêm chủ đề mới có ý nghĩa đối với mục tiêu nghiên cứu (Glaser & Strauss, 1967; Creswell & Poth, 2018).

Hệ thống câu hỏi phỏng vấn được thiết kế phù hợp với đặc điểm của từng nhóm đối tượng, tập trung vào các nội dung chính: thực trạng phát triển du lịch nông nghiệp, tiềm năng và lợi thế của vùng trà Tân Cương, mức độ tham gia của cộng đồng địa phương, chính sách hỗ trợ, những thuận lợi, khó khăn trong quá trình tổ chức và khai thác hoạt động du lịch cùng các định hướng, giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả phát triển du lịch nông nghiệp theo hướng bền vững.

Dữ liệu phỏng vấn được tổng hợp, phân tích theo các chủ đề nghiên cứu và đối chiếu với kết quả khảo sát định lượng cùng dữ liệu thu thập từ phương pháp quan sát thực địa. Việc kết hợp các nguồn dữ liệu nhằm tăng cường tính toàn diện trong phân tích, góp phần làm rõ những vấn đề đặt ra trong thực tiễn và cung cấp cơ sở thực tiễn cho việc đề xuất các giải pháp phát triển du lịch nông nghiệp tại vùng trà Tân Cương. Hệ thống câu hỏi phỏng vấn sâu được trình bày tại phần Phụ lục của luận văn.

5.4. Phương pháp điều tra bảng hỏi

Xây dựng thang đo

Phương pháp này được áp dụng phổ biến trong các nghiên cứu thực tiễn nhằm thu thập dữ liệu khách quan từ thực tế. Trong nghiên cứu này, phương pháp được sử dụng để khảo sát đánh giá của khách du lịch về hoạt động du lịch nông nghiệp ở vùng trà Tân Cương. Để xây dựng bảng hỏi, tác giả đã tham khảo các công trình nghiên cứu đi trước, sau đó điều chỉnh, bổ sung và hoàn thiện trong quá trình khảo sát. Kết quả thu thập được sẽ là cơ sở để đề xuất các giải pháp phù hợp nhằm thúc đẩy sự phát triển du lịch một cách bền vững.

Tác giả xây dựng thang đo theo thang đo Likert. Thang đo Likert là một công cụ rất phổ biến trong khảo sát, nghiên cứu xã hội học. Trong nghiên cứu này, thang đo được sử dụng để khảo sát khách du lịch đánh giá về các yếu tố: hạ tầng công, sản phẩm đặc hữu, sự tham gia của cộng đồng địa phương và nguồn nhân lực, hoạt động trải nghiệm du lịch nông nghiệp, cơ sở vật chất kĩ thuật du lịch, công tác quảng bá & xúc tiến. Từ đó, đánh giá tổng thể về hoạt động DLNN ở vùng trà Tân Cương. Thang đo Likert 5 điểm với các mức độ như sau: (1) Rất không đồng ý, (2) Không đồng ý, (3) Bình thường, (4) Đồng ý, (5) Rất đồng ý. Điểm số càng cao thể hiện mức độ đồng ý của du khách đối với nhận định được đưa ra càng lớn.

Đối tượng và quy trình khảo sát

Đối tượng tiếp cận trong khảo sát của nghiên cứu bao gồm những người có khả năng là khách du lịch của vùng trà Tân Cương, trong đó có cả nhóm đã từng và chưa từng đến vùng trà Tân Cương, Thái Nguyên. Để xác định đúng đối tượng phù hợp với mục tiêu nghiên cứu, bảng hỏi được thiết kế câu hỏi sàng lọc về tình trạng đã từng đến và trực tiếp tham quan, trải nghiệm hoặc sử dụng các sản phẩm, dịch vụ du lịch nông nghiệp tại địa phương. Những người chưa từng đến vùng trà Tân Cương hoặc chỉ biết đến điểm đến thông qua truyền thông, mạng xã hội và các nguồn thông tin khác mà chưa

có trải nghiệm trực tiếp được loại khỏi mẫu nghiên cứu chính thức. Do đó, đối tượng được sử dụng để phân tích trong nghiên cứu là những khách du lịch đã từng trực tiếp đến và có trải nghiệm du lịch nông nghiệp tại vùng trà Tân Cương.

Xác định cỡ mẫu và phương pháp chọn mẫu

Do điều kiện thực tế về quần thể du khách không xác định, nghiên cứu sử dụng phương pháp chọn mẫu thuận tiện phi xác suất. Bảng hỏi được phân phối thông qua các kênh trực tuyến, mạng lưới liên hệ của tác giả và sự hỗ trợ của các hợp tác xã, hộ sản xuất chè và cơ sở kinh doanh du lịch tại vùng trà Tân Cương.

Trong quá trình khảo sát, nghiên cứu thu thập 330 phiếu trả lời. Sau khi kiểm tra và sàng lọc các phiếu không đáp ứng tiêu chí nghiên cứu, thiếu thông tin quan trọng hoặc không bảo đảm yêu cầu của bảng hỏi, kết quả thu được 286 phiếu hợp lệ (chiếm khoảng 86,7% tổng số phiếu thu về). Đây là số phiếu được sử dụng cho các phân tích định lượng của nghiên cứu.

Với 286 quan sát hợp lệ, dữ liệu có đủ quy mô để thực hiện các phân tích thống kê mô tả như tần suất, tỷ lệ phần trăm và giá trị trung bình, phục vụ mục tiêu nhận diện đặc điểm, nhu cầu, mức độ hài lòng và đánh giá của nhóm du khách tham gia khảo sát trong khuôn khổ một nghiên cứu thạc sĩ mang định hướng ứng dụng.

Kết quả khảo sát mang tính chất phản ánh đặc điểm của phân khúc mẫu nghiên cứu tại thời điểm khảo sát, không dùng để suy rộng thống kê cho toàn bộ tổng thể du khách. Các kết quả định lượng được đối chiếu với dữ liệu phỏng vấn sâu, quan sát thực địa và tài liệu thứ cấp nhằm bổ sung cơ sở thực tiễn cho việc đánh giá thực trạng và đề xuất giải pháp phát triển du lịch nông nghiệp tại vùng trà Tân Cương.

Xử lý dữ liệu

Sau khi sàng lọc, các phiếu hợp lệ được mã hóa và nhập vào Microsoft Excel để xử lý dữ liệu. Tác giả tiến hành tính toán các chỉ tiêu thống kê mô tả như tần suất, tỷ lệ phần trăm, giá trị trung bình và thứ hạng của các tiêu chí đánh giá. Kết quả xử lý được sử dụng để phân tích mức độ đánh giá của du khách đối với các yếu tố liên quan đến hoạt động DLNN ở vùng trà Tân Cương.

5.5. Phương pháp tổng hợp và phân tích SWOT

Để phân tích dữ liệu một cách khoa học và tiếp cận đúng bản chất của vấn đề nghiên cứu, luận văn sử dụng kết hợp phương pháp tổng hợp và phương pháp phân tích SWOT. Phương pháp tổng hợp được áp dụng nhằm lựa chọn, hệ thống hóa và sắp xếp

các thông tin thu thập từ nguồn dữ liệu sơ cấp và thứ cấp theo các nội dung nghiên cứu, từ đó hình thành bức tranh tổng thể về thực trạng phát triển du lịch nông nghiệp tại vùng trà Tân Cương. Trên cơ sở đó, tiến hành phân tích và đánh giá nhằm làm rõ các đặc điểm, xu hướng và những vấn đề đặt ra đối với đối tượng nghiên cứu.

Bên cạnh đó, phương pháp phân tích SWOT được sử dụng để xác định và đánh giá các điểm mạnh (Strengths), điểm yếu (Weaknesses), cơ hội (Opportunities) và thách thức (Threats) đối với phát triển du lịch nông nghiệp tại vùng trà Tân Cương. Việc xây dựng ma trận SWOT được thực hiện trên cơ sở tổng hợp kết quả khảo sát thực địa, điều tra bằng bảng hỏi, phỏng vấn sâu và phân tích tài liệu thứ cấp. Kết quả phân tích SWOT là căn cứ quan trọng để đề xuất các định hướng và giải pháp phát triển du lịch nông nghiệp phù hợp với điều kiện thực tiễn của địa phương.

Nghiên cứu áp dụng nguyên tắc kiểm chứng chéo nhằm tăng độ tin cậy của kết quả phân tích. Trong đó, dữ liệu khảo sát du khách được sử dụng để đánh giá nhận thức, mức độ hài lòng và nhu cầu trải nghiệm, dữ liệu phỏng vấn sâu được sử dụng để làm rõ các vấn đề liên quan đến chính sách, tổ chức quản lý, sự tham gia của cộng đồng, liên kết giữa các chủ thể và những hạn chế trong quá trình phát triển, dữ liệu thứ cấp và quan sát thực địa được sử dụng để đối chiếu và bổ sung bằng chứng cho các nhận định trong chương phân tích.

6. Đóng góp của luận văn

6.1. Đóng góp về mặt lý luận

- Thứ nhất, luận văn làm rõ cơ sở lý luận về phát triển du lịch nông nghiệp, đặc biệt trong bối cảnh gắn với vùng sản xuất nông nghiệp trà đặc sản. Thông qua việc tổng hợp các khái niệm, đặc điểm, lịch sử hình thành, vai trò, điều kiện phát triển du lịch nông nghiệp, luận văn góp phần bổ sung cơ sở khoa học cho việc nghiên cứu loại hình du lịch này tại các địa phương có thế mạnh về nông nghiệp Trà
- Thứ hai, luận văn tiếp cận du lịch trà dưới góc độ du lịch nông nghiệp, thay vì chỉ xem xét như một loại hình du lịch văn hóa hoặc du lịch trải nghiệm đơn lẻ. Cách tiếp cận này góp phần mở rộng hướng nghiên cứu về du lịch trà, trong đó nhấn mạnh mối quan hệ giữa tài nguyên nông nghiệp, quy trình sản xuất chè, cảnh quan vùng chè, văn hóa trà và trải nghiệm của du khách.
- Thứ ba, trên cơ sở kế thừa các nghiên cứu trước và vận dụng mô hình của David Preece (2015), luận văn xây dựng khung nghiên cứu phát triển du lịch nông nghiệp

đối với vùng trà đặc sản. Khung nghiên cứu này là cơ sở để đánh giá tiềm năng, thực trạng phát triển du lịch nông nghiệp tại vùng trà Tân Cương, đồng thời có thể tham khảo vận dụng đối với các địa phương có điều kiện tương đồng.

6.2. Đóng góp về mặt thực tiễn

- Thứ nhất, luận văn phân tích thực trạng phát triển du lịch nông nghiệp tại vùng trà Tân Cương. Luận văn sẽ đưa ra bức tranh toàn diện về tiềm năng, điều kiện tự nhiên - xã hội, giá trị văn hóa trà và hiện trạng hoạt động du lịch nông nghiệp tại địa phương.
- Thứ hai, xác định được các điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức trong việc phát triển du lịch nông nghiệp tại địa phương, đặc biệt là những vấn đề liên quan đến quy hoạch, cơ sở hạ tầng, nguồn nhân lực, quảng bá, và thúc đẩy cung ứng, phát triển sản phẩm
- Thứ ba, luận văn đề xuất các giải pháp cụ thể và khả thi nhằm thúc đẩy phát triển du lịch nông nghiệp tại địa phương, góp phần nâng cao thu nhập cho người dân, bảo tồn văn hóa và các sản phẩm nông nghiệp về Trà
- Thứ tư, kết quả nghiên cứu của luận văn có thể là tài liệu tham khảo hữu ích cho các cơ quan quản lý, doanh nghiệp du lịch, hợp tác xã chè và các nhà nghiên cứu khi xây dựng chiến lược phát triển du lịch nông nghiệp tại tỉnh Thái Nguyên cũng như các địa phương có điều kiện tương tự.

7. Kết cấu luận văn

Nội dung chính của luận văn, ngoài mở đầu, kết luận, tài liệu tham khảo, và phụ lục, bố cục bao gồm 3 chương:

Chương 1: Tổng quan nghiên cứu, cơ sở lý luận và cơ sở thực tiễn về phát triển du lịch nông nghiệp

Chương 2: Thực trạng phát triển du lịch nông nghiệp ở vùng trà Tân Cương, Thái Nguyên

Chương 3: Đề xuất giải pháp phát triển du lịch nông nghiệp ở vùng trà Tân Cương, Thái Nguyên

CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU, CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ CƠ SỞ THỰC TIỄN VỀ PHÁT TRIỂN DU LỊCH NÔNG NGHIỆP

1.1. Tổng quan nghiên cứu về phát triển du lịch nông nghiệp

1.1.1. Các nghiên cứu về du lịch nông nghiệp

Du lịch nông nghiệp (Agritourism hay Agricultural- tourism) được nhiều quốc gia xem là một trong những hướng đi quan trọng nhằm thúc đẩy phát triển nông thôn bền vững. Trong những năm gần đây, nhiều bài báo khoa học đã được một số nhà nghiên cứu công bố phản ánh về sự phát triển của du lịch nông nghiệp ở các vùng nông thôn như một nguồn thu nhập và việc làm thay thế. Du lịch nông nghiệp được nhiều nhà nghiên cứu mô tả là một phương tiện bảo tồn môi trường và đa dạng hóa nông nghiệp, cũng như phát triển nông thôn. Họ thừa nhận rằng nông nghiệp và du lịch là hai ngành công nghiệp lớn nhất trên thế giới (Susan, L.S.: Kyunda, R.C, 2018). Có nhiều nghiên cứu về du lịch nông nghiệp trong bối cảnh các quốc gia phát triển phương Tây, đặc biệt là ở châu Âu, Bắc Mỹ, Úc và New Zealand, nơi loại hình du lịch này đã phát triển mạnh mẽ (Das và Rainey, 2010).

Từ những năm 80 của thế kỉ trước, DLNN dần trở nên phổ biến và các nhà nghiên cứu bắt đầu quan tâm tới DLNN. Các nghiên cứu quốc tế đã tập trung vào việc làm rõ khái niệm, vai trò, tác động của du lịch nông nghiệp đối với kinh tế - xã hội địa phương và sự tham gia của cộng đồng địa phương trong phát triển du lịch nông nghiệp cũng như các yếu tố ảnh hưởng tới DLNN. Cách tiếp cận này cũng được kế thừa trong nhiều nghiên cứu tại Việt Nam. Trong bài báo "*Tổng quan kinh nghiệm quốc tế và những cơ hội, thách thức đối với phát triển du lịch nông nghiệp ở Việt Nam*" của tác giả Nguyễn Thọ Quang Anh, Trần Đình Thao, Nguyễn Hữu Nhuần (2023) đã phân tích tổng quan các kinh nghiệm trong phát triển du lịch nông nghiệp trên thế giới và những cơ hội, thách thức cho phát triển du lịch nông nghiệp ở Việt Nam, từ đó đề xuất một số gợi ý về định hướng chính sách phát triển du lịch nông nghiệp cho Việt Nam trong thời gian tới.

Ở góc độ lý thuyết và chiến lược phát triển, nhiều nghiên cứu cho rằng du lịch nông nghiệp không chỉ là hoạt động kinh tế mà còn là công cụ phát triển địa phương. Lisbet Eunice Pérez Anzardo và cộng sự (2021) trong bài báo "*Theoretical Approach to Agritourism and Its Contribution to Local Development*" đã nhấn mạnh vai trò của du lịch nông nghiệp trong nâng cao nhận thức cộng đồng, quản lý tri thức và thúc đẩy phát triển kinh tế – xã hội tại các vùng có nền kinh tế dựa chủ yếu vào nông nghiệp. Tương tự,

các nghiên cứu trong nước như của Đào Ngọc Cảnh (2020) tại Cần Thơ hay Trần Thu Phương (2024) tại Hà Giang cũng xem du lịch nông nghiệp là giải pháp góp phần đa dạng hóa sản phẩm du lịch, giải quyết đầu ra cho nông sản và cải thiện sinh kế cho người dân.

Nhiều công trình nghiên cứu cả ở nước ngoài và Việt Nam, đã tập trung phân tích tác động kinh tế – xã hội của du lịch nông nghiệp. Caterina Contini và cộng sự (2009) khi nghiên cứu tại vùng Low-Valdelsa (Ý) cho thấy du lịch nông nghiệp góp phần cải thiện thu nhập, tạo việc làm và tái cấu trúc kinh tế nông thôn, song hiệu quả phụ thuộc lớn vào sự liên kết giữa nông dân, doanh nghiệp và chính quyền. Kết luận này tương đồng với các nghiên cứu tại Đồng bằng sông Cửu Long (Ngô Thị Phương Lan và cộng sự, 2021) hay huyện Củ Chi (Đồng Phú Hảo & Ngô Thanh Loan, 2023) khi chỉ ra rằng mặc dù có tiềm năng lớn, du lịch nông nghiệp ở Việt Nam vẫn gặp nhiều hạn chế về tổ chức, liên kết chuỗi và năng lực quản lý.

Ở khía cạnh khai thác tiềm năng và xây dựng giải pháp phát triển sản phẩm du lịch nông nghiệp, các nghiên cứu quốc tế như của Malkanthi và Routry (2011) tại Sri Lanka nhấn mạnh sức hấp dẫn của các hoạt động trải nghiệm nông nghiệp (hái chè, tham quan vườn cây hữu cơ, sinh hoạt nông thôn), đồng thời đề cao vai trò của đào tạo kỹ năng du lịch cho nông dân. Tại Việt Nam, các nghiên cứu có thể nhắc đến như bài báo "*Phát triển du lịch nông nghiệp ở thành phố Cần Thơ"*của Đào Ngọc Cảnh (2020) đã phân tích các tiềm năng và thực trạng phát triển du lịch nông nghiệp tại thành phố Cần Thơ, từ đó đề xuất một số giải pháp phát triển du lịch nông nghiệp thành phố Cần Thơ theo hướng hình thành chuỗi giá trị du lịch nông nghiệp, hay tác giả Nguyễn Quang Thi và cộng sự (2020) trong bài báo *"Potential of agri-tourism in Vo Nhai district, Thai Nguyen province"* đã đánh giá tiềm năng phát triển du lịch nông nghiệp của huyện Võ Nhai. Đồng thời phân tích và chỉ ra những khó khăn, thuận lợi, thách thức để từ đó đưa ra đề xuất một số định hướng và giải pháp phát triển du lịch nông nghiệp huyện Võ Nhai, Thái Nguyên.

Một số công trình nghiên cứu đã tiếp cận du lịch nông nghiệp từ góc độ tác động xã hội và sinh kế. Nghiên cứu của Neda Tiraieyari and Azimi Hamzah (2012) cho thấy DLNN mang lại nhiều lợi ích kinh tế và xã hội như: tạo việc làm, tăng thu nhập, đa dạng hóa sinh kế, ổn định kinh tế nông thôn và thúc đẩy tiêu thụ sản phẩm địa phương, góp phần bảo tồn truyền thống nông thôn, thúc đẩy giao lưu giữa cư dân nông thôn - đô thị,

nâng cao kỹ năng quản lý, tinh thần khởi nghiệp và niềm tự hào cộng đồng, nâng cao nhận thức bảo tồn tài nguyên và phát triển bền vững. Tuy nhiên, tác giả cũng lưu ý các rủi ro tiềm ẩn, như ô nhiễm môi trường, tính thời vụ cao, chênh lệch lợi ích giữa các nhóm dân cư và sự thay đổi trong cấu trúc văn hóa cộng đồng. Lago (2017) cho rằng trình độ học vấn của nông dân và các yếu tố an toàn, an ninh có ảnh hưởng đáng kể đến cung - cầu du lịch nông nghiệp. Trong khi đó, Serdar Karabati và cộng sự (2016) lại chỉ ra rằng tại một số địa phương, du lịch nông nghiệp chưa tạo ra tác động kinh tế - xã hội rõ nét, phản ánh tính không đồng đều về hiệu quả giữa các vùng. Những nhận định này cũng phù hợp với thực tiễn tại Việt Nam, nơi nhiều địa phương vẫn đang trong giai đoạn thử nghiệm mô hình du lịch nông nghiệp, hiệu quả kinh tế còn hạn chế và phụ thuộc nhiều vào điều kiện cụ thể của từng địa bàn. Trong bối cảnh châu Á, Li Yang (2012) nghiên cứu tại Vân Nam (Trung Quốc) cho thấy du lịch nông nghiệp giúp đa dạng hóa sinh kế, thúc đẩy đầu tư hạ tầng, bảo tồn văn hóa dân tộc và nâng cao vai trò của phụ nữ trong phát triển kinh tế. Tuy nhiên, các thách thức về vốn, kỹ năng quản lý và năng lực tiếp thị vẫn tồn tại. Những vấn đề này cũng được ghi nhận trong các nghiên cứu tại Việt Nam, đặc biệt ở các vùng nông thôn, miền núi và khu vực đồng bào dân tộc thiểu số (Trần Thu Phương, 2024). Ngoài ra, các nghiên cứu về du lịch nông nghiệp ở Uzbekistan cuả Patterson và cộng sự (2024) và tại Nigeria của Oluwatoyin Olatunde Olagunju (2024) đã chỉ ra tiềm năng DLNN là như một chiến lược du lịch bền vững để hỗ trợ nâng cao mức sống và giảm nghèo cho nông dân ở nông thôn.

Xu hướng nghiên cứu gần đây tập trung mạnh vào phát triển bền vững, đổi mới và sự tham gia của cộng đồng địa phương. Ming-Lang Tseng và cộng sự (2019) đã xây dựng mô hình đánh giá du lịch nông nghiệp bền vững tại Thái Lan dựa trên ba trụ cột kinh tế - xã hội - môi trường, nhấn mạnh sự cân bằng giữa hiệu quả kinh doanh và lợi ích cộng đồng. Roman và cộng sự (2020) cho rằng đổi mới là yếu tố quyết định khả năng cạnh tranh của du lịch nông nghiệp, nhưng cần được thực hiện có chọn lọc để không làm mất đi bản chất nông thôn. Đặc biệt sự tham gia của cộng đồng địa phương được xem là yếu tố then chốt quyết định tính bền vững của du lịch nông nghiệp. Các nghiên cứu của Togaymurodov và cộng sự (2023), Ulfa Utami Mappe và cộng sự (2024) đều khẳng định rằng mức độ tham gia của người dân ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu quả kinh tế - xã hội và sự ổn định lâu dài của mô hình du lịch nông nghiệp.

Bên cạnh đó, bàn về khía cạnh các yếu tố ảnh hưởng tới sự phát triển du lịch nông

nghiệp, các tác giả cũng đã có những nghiên cứu cụ thể. Tác giả Trương Trí Thông, Nguyễn Trọng Nhân (2024) trong " *Các nhân tố ảnh hưởng đến sự phát triển du lịch nông nghiệp ở huyện Phong Điền, thành phố Cần Thơ",* tác giả Nguyễn Trọng Nhân, Trần Nhật Bằng, Phạm Thị Kiều Trân (2022) trong "*Các yếu tố ảnh hưởng đến sự phát triển du lịch nông nghiệp huyện Long Hồ, tỉnh Vĩnh Long"* đều nghiên cứu và chỉ ra các yếu tố, nhân tố ảnh hưởng đến sự phát triển du lịch nông nghiệp, lấy đó là cơ sở để đưa ra một số giải pháp phát triển du lịch nông nghiệp tại địa bàn hay tác giả Đỗ Huyền Trang (2025) trong bài báo "*Research on factors affecting agritourism activities in Thai Nguyen province"* đã nghiên cứu các yếu tố tác động đến phát triển du lịch nông nghiệp tại tỉnh Thái Nguyên, qua đó hướng tới việc khai thác hiệu quả nguồn tài nguyên nông nghiệp và giá trị văn hóa địa phương.

Nhìn chung, các nghiên cứu trong và ngoài nước đã cung cấp cơ sở lý luận và thực tiễn khá toàn diện về du lịch nông nghiệp, tập trung vào các nội dung như khái niệm, vai trò, tác động kinh tế - xã hội, các yếu tố ảnh hưởng, phát triển sản phẩm, phát triển bền vững và sự tham gia của cộng đồng địa phương. Kết quả của các nghiên cứu đều cho thấy rằng du lịch nông nghiệp là một hướng phát triển hiệu quả nhằm đa dạng hóa sinh kế, gia tăng giá trị nông sản, bảo tồn văn hóa bản địa và thúc đẩy phát triển nông thôn bền vững. Đồng thời, nhiều nghiên cứu cũng chỉ ra những hạn chế và thách thức như hạ tầng chưa đồng bộ, năng lực quản lý còn hạn chế, thiếu liên kết giữa các chủ thể và sự phụ thuộc vào điều kiện đặc thù của từng địa phương.

1.1.2. Các nghiên cứu về du lịch trà như một sản phẩm du lịch nông nghiệp đặc thù

Ngành du lịch toàn cầu đã có những bước phát triển đáng kể trong những năm gần đây, chuyển từ tham quan truyền thống sang trải nghiệm du lịch sâu sắc và trọn vẹn hơn. Sự thay đổi này được thúc đẩy bởi mong muốn ngày càng tăng về những kết nối sâu sắc với những điểm đến, trải nghiệm văn hóa đích thực và những hoạt động ý nghĩa. Du khách hiện đại có xu hướng hướng đến những trải nghiệm cho phép họ tương tác với cộng đồng địa phương, tìm hiểu các nền văn hóa đa dạng và gắn kết với di sản và truyền thống (Shuvasree Banerjee và Pankaj Kumar Tyagi, 2024*).* Du khách tìm kiếm trải nghiệm văn hóa đích thực và chiến lược du lịch thân thiện với môi trường ngày càng quan tâm đến du lịch trà, như một sản phẩm du lịch nông nghiệp đặc thù (Ashok Kumar Palaniyandi và Sangeetha, 2024*).* Có thể thấy, trong bối cảnh du lịch nông nghiệp và du lịch trải nghiệm ngày càng phát triển mạnh mẽ, du lịch trà cũng phát triển nhanh chóng ở nhiều

quốc gia khác nhau và đã trở thành đối tượng nghiên cứu quan trọng trong nhiều công trình khoa học trên thế giới. Các nhà nghiên cứu đã quan tâm tới du lịch Trà từ nhiều góc tiếp cận khác nhau, qua đó hình thành nên hệ thống nghiên cứu phong phú và đa dạng.

Các nghiên cứu về du lịch trà bước đầu tập trung vào việc xác lập khái niệm, phạm vi và vai trò của loại hình du lịch này trong bối cảnh du lịch hiện đại. Tiêu biểu, công trình *"Routledge Handbook of Tea Tourism"*do Lee Jolliffe, MSM Aslam Amnaj Khaokhrueamuang và Li-Hsin Chen (2023) biên tập đã cung cấp một hệ thống lý luận tương đối toàn diện về du lịch trà trên phạm vi toàn cầu. Công trình này nhấn mạnh du lịch trà không chỉ là hoạt động tham quan vùng nguyên liệu mà còn là sự kết hợp giữa văn hóa, lịch sử, sản xuất và trải nghiệm tiêu dùng. Ở góc độ tiếp cận ban đầu, nghiên cứu của Aleksandra Topczyńska và Alicja Gonia (2021) cho thấy du lịch trà hình thành từ nhu cầu tìm hiểu lịch sử, truyền thống và trải nghiệm thưởng trà của du khách. Điều này góp phần định vị du lịch trà như một loại hình giao thoa giữa du lịch văn hóa và du lịch trải nghiệm.

Một số nghiên cứu đã tập trung hướng vào việc phân tích hành vi, mức độ nhận biết và động cơ của khách du lịch đối với du lịch trà. Kết quả nghiên cứu của Topczyńska và Gonia (2021) cho thấy mức độ quan tâm của du khách đối với du lịch trà là khá tích cực, đặc biệt trong nhóm khách yêu thích văn hóa và ẩm thực. Các nghiên cứu khác như của Liu (2019), Li và cộng sự (2011), hay Zhou và cộng sự (2012) đã tiếp cận sâu hơn vào đặc điểm thị trường, động cơ và mức độ sẵn sàng tham gia của du khách quốc tế. Những nghiên cứu này chỉ ra rằng du khách phương Tây bị thu hút bởi tính "khác biệt văn hóa", tính bền vững và trải nghiệm bản địa mà du lịch trà mang lại. Nhìn chung, các công trình đều thống nhất rằng cộng đồng yêu trà và nhóm khách tìm kiếm trải nghiệm văn hóa chuyên sâu là thị trường mục tiêu tiềm năng của loại hình du lịch này.

Bên cạnh đó, nhiều nghiên cứu tập trung vào việc phát triển du lịch trà tại các điểm đến cụ thể và đề xuất chiến lược xây dựng thương hiệu. Nghiên cứu của Xiong Wenping (2016) về tỉnh Giang Tây (Trung Quốc) cho thấy du lịch văn hóa trà có thể trở thành sản phẩm mũi nhọn nếu được định hướng đúng và gắn với xây dựng thương hiệu điểm đến. Tương tự, nghiên cứu của Fernando, Rajapaksha và Kumari (2016) đã nhấn mạnh vai trò của du lịch trà như một công cụ marketing quốc gia, góp phần nâng cao hình ảnh điểm đến Sri Lanka trên thị trường quốc tế. Các nghiên cứu này cho thấy xu hướng chung là sử dụng du lịch trà như một công cụ định vị thương hiệu và gia tăng giá trị cho ngành

du lịch địa phương.

Một vấn đề quan trọng trong phát triển du lịch trà là vai trò của các bên liên quan. Nghiên cứu của Shaowen Cheng và cộng sự (2011) tại Tín Dương (Trung Quốc) chỉ ra rằng mặc dù có tiềm năng lớn, du lịch trà tại đây chưa phát triển thành công do thiếu sự phối hợp giữa các bên như chính quyền, doanh nghiệp, cộng đồng và du khách. Các nghiên cứu gần đây như của Ashok Kumar Palaniyandi và Sangeetha C.P (2024) tiếp tục nhấn mạnh vai trò của cộng đồng địa phương trong việc phát triển du lịch trà bền vững. Đồng thời, nghiên cứu của Bidisha Hazarika và cộng sự (2024) cũng khẳng định rằng việc tăng cường liên kết và khai thác tiềm năng địa phương là yếu tố then chốt để nâng tầm du lịch trà. Tổng hợp các công trình nghiên cứu cho thấy du lịch trà đang dần được khẳng định là một loại hình du lịch văn hóa - trải nghiệm có tiềm năng lớn, đáp ứng xu hướng du lịch bền vững và cá nhân hóa trải nghiệm.

Tuy nhiên, vẫn tồn tại một số khoảng trống nghiên cứu đáng chú như các nghiên cứu còn phân tán, thiếu một khung lý thuyết tích hợp giữa tài nguyên, sản phẩm và hoạt động trải nghiệm du lịch trà, chưa có nhiều nghiên cứu gắn du lịch trà với du lịch nông nghiệp như một hướng tiếp cận hệ thống và thiếu các nghiên cứu trường hợp cụ thể tại Việt Nam, đặc biệt là các vùng trà đặc sản như Tân Cương. Do đó, việc tiếp cận du lịch trà dưới góc độ du lịch nông nghiệp, gắn với tài nguyên bản địa và trải nghiệm thực tế là hướng nghiên cứu cần thiết, góp phần bổ sung vào khoảng trống học thuật hiện nay.

1.1.3. Các nghiên cứu về phát triển du lịch ở Tân Cương, Thái Nguyên

Du lịch trà thường được hiểu là sự kết hợp giữa trà và du lịch, được coi là mô hình du lịch nhà nước mới kết hợp các đặc điểm văn hóa trà lịch sử với môi trường sinh thái và các hoạt động giải trí. Đối với nhiều du khách, việc tham quan một làng nghề trà có thể được hiểu là một quá trình tiếp tục tham gia vào quá trình sản xuất và chế biến trà, thưởng thức trà thông qua việc tìm hiểu lịch sử, văn hóa, truyền thống thưởng trà và nghệ thuật trà địa phương. Du khách sẽ được hưởng lợi ích từ trải nghiệm tham quan làng trà, giúp định hình và đáp ứng nhu cầu tìm hiểu thông tin, kích thích trí tuệ và hiểu biết sâu sắc hơn của du khách thông qua những chuyến tham quan thực tế như một phần của kỳ nghỉ (Trần Minh Hòa, Trịnh Thị Thu, 2024).

Vùng trà Tân Cương là một trong những vùng trà lớn nhất tại tỉnh Thái Nguyên, được Cục Sở hữu trí tuệ - Bộ Khoa học và Công nghệ cấp chứng nhận Chỉ dẫn địa lý vào ngày 20 tháng 9 năm 2007. Trong những năm gần đây, nhà nước và tỉnh Thái Nguyên đã

quan tâm, đề xuất và đưa ra nhiều chiến lược để phát triển du lịch trà tại vùng. Có một số công trình nghiên cứu cũng đã đề cập đến du lịch Trà tại vùng trà Tân Cương. Có thể kể đến như bài báo "*The development of tea planting and tea culture tourism in Thai Nguyen, Vietnam",* tác giả Yanling Guoa và Montira Ratob (2019) đã nhắc đến các tour du lịch trải nghiệm văn hóa trà tại Thái Nguyên. Trong đó, Vùng trà Tân Cương là điểm du lịch chính cùng với vùng trà La Bằng (Đại Từ). Các hoạt động chính được đưa ra trong gói trải nghiệm bao gồm tham quan vườn trà, bảo tàng trà, hái trà và thưởng trà. Tác giả cũng đưa ra kết luận rằng du lịch Trà tại Thái Nguyên đang phát triển nhanh chóng và có tiềm năng, tuy nhiên còn nhiều thách thức. Nguyễn Thị Ngọc Dung (2019) trong luận án Tiến sĩ "*The Role of Local Communities in Community-based Tourism Development in Traditional Tea Production Areas in Thai Nguyen Province, Vietnam"* đã nghiên cứu sự tham gia của cộng đồng địa phương vào du lịch cộng đồng tại vùng trà Tân Cương. Bên cạnh đó, tác giả đã chỉ ra rằng các hoạt động du lịch tại đây được xây dựng dựa trên chu trình sản xuất và văn hóa trà, cho phép khách du lịch tương tác và trải nghiệm cuộc sống nông thôn như tham quan đồi trà, trải nghiệm hái và thực hiện quy trình chế biến trà, thưởng thức đặc sản địa phương,…Nghiên cứu về trải nghiệm du lịch Trà, Trần Minh Hòa và cộng sự (2024) trong bài báo " *Tourist experiences at Tan Cuong tea village in Vietnam: A sense of tea production, tea arts and culture-bridge*" đã khám phá trải nghiệm du lịch tại các làng chè Tân Cương nổi tiếng. Tác giả nghiên cứu ra rằng hoạt động tham quan làng chè tại chỗ đóng vai trò là cầu nối văn hóa, còn cảnh quan thiên nhiên, sự kết hợp giữa sản xuất trà, trồng trả chế biến trà và thưởng trà là các yếu tố nâng cao chất lượng trải nghiệm du lịch.

Từ các nghiên cứu trong và ngoài nước có thể thấy, vùng trà Tân Cương không chỉ được nhìn nhận là vùng sản xuất chè nổi tiếng của Thái Nguyên mà còn là một không gian văn hóa - du lịch có khả năng tạo ra những trải nghiệm đặc thù cho du khách. Các công trình nghiên cứu đã bước đầu làm rõ những yếu tố cấu thành sức hấp dẫn của du lịch ở vùng trà Tân Cương, bao gồm cảnh quan đồi chè, quy trình trồng và chế biến trà, nghệ thuật thưởng trà, các câu chuyện văn hóa làng nghề và sự tham gia của cư dân địa phương. Tuy nhiên, phần lớn các nghiên cứu mới tập trung mô tả tiềm năng, nhận diện hoạt động trải nghiệm hoặc vai trò của cộng đồng, trong khi chưa đi sâu đánh giá một cách hệ thống mức độ phát triển của du lịch nông nghiệp tại vùng trà Tân Cương.

1.1.4. Khoảng trống nghiên cứu

Qua việc tổng quan các công trình nghiên cứu trên thế giới và tại Việt Nam về du lịch nông nghiệp và du lịch Trà, tác giả nhận thấy rằng các nhà nghiên cứu rất quan tâm tới lĩnh vực này. Các công trình nghiên cứu được tiếp cận dưới nhiều góc độ khác nhau. Các nghiên cứu trên thế giới tập trung vào lý thuyết và các khía cạnh đa chiều của DLNN. Tại Việt Nam, các công trình chủ yếu phân tích tiềm năng, thực trạng, các yếu tố ảnh hưởng và đề xuất giải pháp phát triển du lịch nông nghiệp ở những vùng có điều kiện sản xuất nông nghiệp đặc thù. Từ tổng quan nghiên cứu, tác giả nhận thấy một số khoảng trống nghiên cứu sau:

Thứ nhất, các nghiên cứu về du lịch nông nghiệp trên thế giới và Việt Nam tập trung nghiên cứu tại các địa phương có tiềm năng, điều kiện sản xuất nông nghiệp đặc thù, thế mạnh về lương thực, cây ăn quả hay đồn điền, trang trại, đồng bằng sông nước. Trong khi đó, nghiên cứu chuyên sâu về du lịch nông nghiệp gắn với sản phẩm Trà chưa có, nhất là tại vùng Trà nổi tiếng như Tân Cương, Thái Nguyên

Thứ hai, các nghiên cứu về du lịch trà trước đây chủ yếu tiếp cận dưới góc độ du lịch văn hóa, tập trung vào văn hóa thưởng trà. Vì vậy, trong nghiên cứu này, đề tài được tiếp cận theo hướng du lịch nông nghiệp nhằm mở rộng cách nhìn, chú trọng đến các yếu tố sinh thái, môi trường và điều kiện sản xuất nông nghiệp đặc trưng trong việc hình thành các vùng trà đặc sản. Trên cơ sở đó, nghiên cứu hướng đến việc xây dựng các sản phẩm du lịch gắn với trải nghiệm tự nhiên và đời sống nông nghiệp của địa phương.

*Thứ ba, c*ác nghiên cứu về vùng trà Tân Cương đã đề cập đến tiềm năng du lịch, sự tham gia của cộng đồng và các hoạt động trải nghiệm gắn với cảnh quan, quy trình sản xuất, chế biến và văn hóa trà (Guo và Rato, 2019; Nguyễn Ngọc Dung, 2019; Trần Minh Hòa và cộng sự, 2024). Những kết quả này đã cung cấp cơ sở quan trọng để nhận diện giá trị tài nguyên và các yếu tố hình thành sức hấp dẫn du lịch của địa phương. Tuy nhiên, đối chiếu với mục tiêu nghiên cứu của luận văn, các nội dung trên cần được tiếp tục kết nối trong một khung đánh giá phát triển du lịch nông nghiệp, xem xét đồng thời điều kiện tài nguyên, sản phẩm và dịch vụ, cơ sở hạ tầng, nguồn nhân lực, sự tham gia của cộng đồng và những vấn đề đặt ra trong quá trình tổ chức hoạt động du lịch. Bên cạnh đó, cần liên kết kết quả đánh giá thực trạng với việc xác định điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội, thách thức thông qua ma trận SWOT, làm cơ sở đề xuất giải pháp phù hợp với điều kiện địa phương và định hướng phát triển du lịch của tỉnh Thái Nguyên giai đoạn 2025–2030. Trong phạm vi tài liệu được tổng quan, tác giả chưa tìm thấy công

trình kết nối đầy đủ các nội dung này trong một nghiên cứu chuyên biệt về phát triển du lịch nông nghiệp tại vùng trà Tân Cương. Đây là vấn đề mà luận văn tập trung nghiên cứu và làm rõ.

Từ những khoảng trống trên, tác giả nhận thấy cần thực hiện một nghiên cứu chuyên sâu, có hệ thống về phát triển du lịch nông nghiệp tại Vùng trà Tân Cương dựa trên khai thác giá trị đặc sản trà Tân Cương. Nghiên cứu này cần kết hợp phân tích tiềm năng, đánh giá thực trạng, phân tích SWOT và đề xuất giải pháp phát triển, đồng thời đóng góp phần nào giải quyết các vấn đề trong khoảng trống nghiên cứu còn tồn tại. Bên cạnh đó, luận văn kỳ vọng bổ sung cơ sở khoa học và thực tiễn cho phát triển du lịch nông nghiệp của tỉnh Thái Nguyên và các địa phương có điều kiện tương tự.

1.2. Cơ sở lý luận về phát triển du lịch nông nghiệp dựa vào vùng trà đặc sản

1.2.1. Khái niệm về du lịch

Từ xa xưa trong tiến trình lịch sử nhân loại, hoạt động du lịch đã xuất hiện như một hình thức giải trí và nghỉ ngơi mang tính chủ động của con người. Trong bối cảnh hiện nay, du lịch không chỉ dừng lại ở nhu cầu hưởng thụ mà đã trở thành một bộ phận thiết yếu của đời sống văn hóa - xã hội. Mặc dù vậy, cho đến nay vẫn chưa có sự thống nhất tuyệt đối trong giới nghiên cứu về khái niệm du lịch.

"Du lịch" tiếng Pháp là *tourisme*, tiếng Anh là *tourism* hay *travel*, tiếng Trung Quốc là *lữ hành, lữ du*, hay *quan quang*… là khái niệm có rất nhiều quan niệm khác nhau (Nguyễn Phạm Hùng, 2025). Đối với các chuyên gia, trong hoàn cảnh khác nhau thì các chuyên gia có cách nhìn nhận khác nhau. Theo liên hiệp Quốc các tổ chức lữ hành chính thức (International Union of Official Travel Organization: IUOTO): "*Du lịch được hiểu là hành động du hành đến một nơi khác với địa điểm cư trú thường xuyên cuả mình nhằm mục đích không phải để làm ăn, tức không phải để làm một nghề hay một việc kiếm tiền sinh sống*". Theo Tổ chức Du lịch Thế giới (UNWTO), du lịch được định nghĩa là "*các hoạt động của con người khi họ di chuyển ra khỏi nơi cư trú thường xuyên của mình, nhằm tham quan, khám phá, giải trí hoặc vì các mục đích khác trong khoảng 5 thời gian không quá 12 tháng liên tục. Điều này bao gồm các hoạt động từ việc khám phá danh lam thắng cảnh, tham gia các hoạt động văn hóa đến trải nghiệm các dịch vụ nghỉ dưỡng"*. Theo khoản 1, điều 3 Luật Du lịch Việt Nam 2017 thì "*Du lịch là các hoạt động có liên quan đến chuyến đi của con người ngoài nơi cư trú thường xuyên trong thời gian không quá 01 năm liên tục nhằm đáp ứng nhu cầu tham quan,*

nghỉ dưỡng, giải trí, tìm hiểu, khám phá tài nguyên du lịch hoặc kết hợp với mục đích hợp pháp khác".

Từ góc độ của du khách thì "*Du lịch là những chuyến đi chơi của con người rời khỏi nơi cư trú của mình trong những không gian và thời gian nhất định, nhằm thưởng thức, trải nghiệm, khám phá những điều mới lạ và khác biệt về tự nhiên và văn hóa, để làm phong phú thêm đời sống tinh thần của mình"* (Nguyễn Phạm Hùng, 2025)

Đứng trên góc độ của nhà cung ứng: "*Du lịch là toàn bộ các hoạt động khai thác, sử dụng tài nguyên tự nhiên và tài nguyên văn hóa để tạo ra sản phẩm du lịch mới lạ và khác biệt phục vụ các nhu cầu thưởng thức, trải nghiệm, khám phá của du khách trong một không gian và thời gian nhất định"* (Nguyễn Phạm Hùng, 2025)

Mặc dù tồn tại nhiều cách tiếp cận và định nghĩa khác nhau, nhưng các quan niệm về du lịch đều thống nhất ở điểm chung rằng du lịch là quá trình di chuyển tạm thời của con người ra khỏi nơi cư trú thường xuyên nhằm đáp ứng, thỏa mãn những nhu cầu trải nghiệm, khám phá và nâng cao đời sống tinh thần của con người, và không gắn với hoạt động tạo thu nhập tại điểm đến.

1.2.2. Khái niệm về du lịch nông nghiệp

Trong quá trình nghiên cứu về du lịch gắn với khu vực nông thôn, các khái niệm du lịch nông nghiệp và du lịch nông thôn đôi khi được sử dụng tương đối giống nhau, đặc biệt tại Mỹ. Tuy nhiên, giữa hai loại hình này vẫn tồn tại những điểm khác biệt nhất định về nội hàm và phạm vi hoạt động. Cần phân biệt rõ khái niệm du lịch nông thôn (Rural tourism) không phải là thuật ngữ đồng nghĩa với du lịch nông nghiệp (Agritourism/ Agricultural - tourism). Du lịch nông nghiệp là một tập hợp con của du lịch nông thôn bởi vì nông nghiệp là lĩnh vực gốc rễ định hình không gian và phát triển kinh tế ở những vùng nông thôn. Một trong những thị trường nhỏ trong du lịch nông thôn là du lịch nông nghiệp, nơi khách du lịch tham gia vào các hoạt động giải trí trong bối cảnh nông nghiệp (Sznajder & cộng sự, 2009). Du lịch nông nghiệp, sự kết hợp hài hòa của nông nghiệp và du lịch, đã trở thành một mô hình hiệu quả cho phát triển nông thôn bền vững trên toàn cầu (Barbieri và cộng sự, 2019; Phillips và cộng sự, 2021). Du lịch nông nghiệp là một khái niệm đã thu hút sự quan tâm của các học giả từ đầu những năm 90 của thế kỷ trước, tuy nhiên, cho đến nay, các tên gọi và khái niệm vẫn chưa có sự thống nhất trên toàn cầu và tại Việt Nam. Có nhiều thuật ngữ tiếng Anh tương đương với nội hàm du lịch nông nghiệp bao gồm: "agritourism", "agricultural tourism", "agri-

tainment", "farm recreation", "entertainment agriculture"… (Brian J. Schilling và cộng sự, 2006). Tại Việt Nam, DLNN còn khá mới mẻ và có rất nhiều tên gọi như homestay, du lịch canh nông, du lịch trang trại, du lịch miệt vườn, DLNN sinh thái, du lịch đồng quê (Dung, 2023)

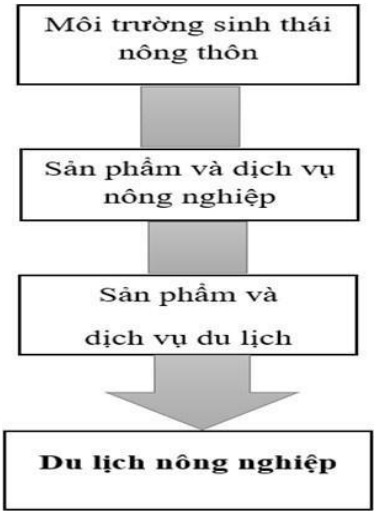
Theo Tổ chức Du lịch Thế giới (UNWTO) thì "*Du lịch nông nghiệp là một loại hình hoạt động du lịch, trong đó du khách sẽ trải nghiệm những hoạt động liên quan đến các sản phẩm dựa vào thiên nhiên, nông nghiệp, lối sống/văn hóa nông thôn, câu cá, và thăm quan*" *(UNWTO, 2008)*. Richard Sharpley & Julia Sharpley (1997) cho rằng *du lịch nông nghiệp kết nối trực tiếp với môi trường nông nghiệp, sản phẩm nông nghiệp hoặc lưu trú nông nghiệp (ở trong nhà dân, tại nông trang,..).* Theo Ramiro E. Lobo và các cộng sự (1999) thì *"DLNN là khái niệm chỉ hoạt động đến tham quan một nông trại hoặc bất kỳ một cơ sở nào hoạt động trong lĩnh vực nông nghiệp nhằm mục đích thư giãn giải trí, nâng cao nhận thức, có thể chủ động tham gia vào hoạt động của nông trại hoặc cơ sở đó. Những hoạt động DLNN bao gồm ăn ở, câu cá, săn bắn, tự hái hoa quả, trồng ngô, trồng lúa…".* Christine Tew (2010) đã chỉ ra rằng, du lịch nông nghiệp là hoạt động tham quan trang trại hoặc các quá trình sản xuất nông nghiệp, kinh doanh nông nghiệp với mục đích nhận thức, sở thích, giáo dục hoặc nghỉ dưỡng.

Ở Việt Nam, định nghĩa về du lịch nông nghiệp cũng được nhiều tác giả đề cập trong các công trình nghiên cứu. DLNN được coi là loại hình du lịch kết hợp tham quan trang trại, mô hình sản xuất nông nghiệp, kinh doanh nông nghiệp, bao gồm cả tài nguyên tự nhiên và nhân văn (Phan Nguyễn Phong Luân, 2021*),* là loại hình du lịch có sự kết hợp giữa du lịch và nông nghiệp, thu hút du khách tham gia hoạt động sản xuất nông nghiệp, mang lại nguồn thu cho người nông dân và sự giải trí, trải nghiệm, rèn luyện thể chất, tinh thần cho du khách (Dương Tấn Giàu, 2021*),* hoặc đơn giản là loại hình du lịch tạo ra sản phẩm phục vụ du khách chủ yếu dựa trên nền tảng của hoạt động sản xuất nông nghiệp (Nguyễn Thị Bé Ba và cộng sự, 2021; Dương Tấn Giàu, 2021). Du lịch nông nghiệp là loại hình du lịch dựa trên toàn bộ hệ sinh thái nông nghiệp. Trong đó, tài nguyên du lịch bao gồm tất cả những gì phục vụ cho hoạt động sản xuất nông nghiệp mà con người có thể khai thác để tạo thành sản phẩm du lịch: từ tư liệu sản xuất, quy trình sản xuất, phương thức tập quán, kỹ thuật canh tác, nông phẩm; những yếu tố môi trường tự nhiên có liên quan trong sản xuất nông nghiệp như thời tiết, khí hậu, đất đai, địa hình, thực động vật cho đến yếu tố con người và đời sống của các cư dân nông thôn

cùng với những giá trị văn hóa bản địa gắn với sản xuất nông nghiệp (Đào Ngọc Cảnh 2018). Theo Phạm Thị Mỹ Dung (2023) thì "*Du lịch nông nghiệp là một loại hình của du lịch nhằm cung ứng sản phẩm và dịch vụ dựa vào nền tảng nông nghiệpm nhằm phục vụ cho khách Du lịch nông nghiệp hoặc khách kết hợp du lịch nông nghiệp. Kinh doanh du lịch nông nghiệp là hoạt động kinh doanh dịch vụ diễn ra tại các đơn vị đang tiến hành sản xuất nông nghiệp nhằm thu hút và cung cấp cho khách các dịch vụ tham quan, trải nghiệm, giáo dục, vui chơi, rèn luyện với các hoạt động nông nghiệp từ đó tạo ra thu nhập cho các bên cung ứng sản phẩm dịch vụ và góp phần xây dựng nông thôn mới, bảo vệ tài nguyên tự nhiên và văn hóa nông nghiệp".*

Từ các định nghĩa được nêu ra, có thể hiểu du lịch nông nghiệp là một loại hình du lịch mà du khách đến thăm một trang trại, nông trại, hoặc bất kỳ cơ sở nào hoạt động trong lĩnh vực nông nghiệp (trồng trọt, làm vườn, chăn nuôi, thủy sản), tham gia vào các hoạt động liên quan đến sản xuất nông nghiệp với mục đích chính là giải trí, nâng cao nhận thức, giáo dục hoặc nghỉ dưỡng, từ đó tạo ra thu nhập cho các bên cung ứng sản phẩm dịch vụ và góp phần xây dựng nông thôn mới, bảo vệ tài nguyên tự nhiên và văn hóa nông nghiệp.

Theo David Preece (2015), tương quan giữa nông nghiệp (Agriculture) và du lịch nông nghiệp (Agritourism/ Agricultural tourism) được thể hiện theo sơ đồ sau:



Hình 1.1. Sơ đồ tương quan giữa nông nghiệp và du lịch nông nghiệp

(*Nguồn: David Preece, 2015)*

Nông nghiệp và du lịch nông nghiệp luôn có quan hệ tác động lẫn nhau. Nông nghiệp tạo điều kiện để hình thành các sản phẩm du lịch phục vụ nhu cầu của du khách,

bảo đảm cho du lịch phát triển. Ngược lại, du lịch lại góp phần quảng bá và tiêu thụ sản phẩm nông nghiệp, nâng cao giá trị nông phẩm, tạo việc làm và tăng thu nhập cho nông dân, góp phần phát triển nông thôn bền vững (Đào Ngọc Cảnh, 2020).

1.2.3. Lịch sử hình thành và phát triển của du lịch nông nghiệp

Du lịch nông nghiệp là loại hình du lịch đã hình thành và phát triển lâu đời trên thế giới, nhưng nó chỉ thực sự trở nên phổ biến và được chú trọng như một chiến lược phát triển kinh tế bền vững trong những thập kỷ gần đây, đặc biệt là ở các nước đang phát triển. DLNN ra đời vào khoảng đầu của thế kỷ XX ở Châu Mỹ và Châu Âu (Arroyo, 2012). Tiến trình đầu tiên trong sự ra đời của DLNN là vào những năm 20 của thế kỷ trước, việc tham quan các trang trại trở nên phổ biến và dễ tiếp cận hơn do việc sử dụng ô tô ngày càng nhiều và do chi phí du lịch tại vùng nông thôn tương đối thấp (Boys và cộng sự, 2017). Kế đến trong giai đoạn những năm 60 và 70 của thế kỷ XX, các hoạt động giải trí ngoài trời tại trang trại và vùng nông thôn dần trở nên phổ biến với du khách như các hoạt động cưỡi ngựa và xem các loài thú ở nông thôn. Đến những năm 80, 90 của thế kỷ XX, sự quan tâm đến dịch vụ nhà nghỉ chỉ phục vụ bữa sáng và các chuyến tham quan trang trại ở vùng nông thôn đã tăng lên rất nhiều. Vì vậy, từ năm 1980 trở đi DLNN đã dần trở nên phổ biến và lan rộng ra nhiều châu lục khác nhau (Lan và cộng sự, 2021).

DLNN đã ra đời từ những năm đầu của thế kỷ XX và sau đó lan rộng ra nhiều nước khác nhau trên thế giới. Các nước Châu Âu như Ý (từ 1985) đã đưa ra khung pháp lý quốc gia về du lịch nông nghiệp. Tại một số nước Châu Á, như Trung Quốc thì DLNN cũng bắt đầu từ những năm 1980 với "Nongjiale" (nhà nông hạnh phúc), phát triển du lịch nông nghiệp từ việc cung cấp chỗ ăn uống, lưu trú đơn thuần thành các dịch vụ chuyên biệt hơn để thu khách du lịch như chèo bè, câu cá, hái trái cây, thưởng thức ẩm thực địa phương, bán các sản phẩm nông nghiệp... Tại Quảng Tây, Trung Quốc, từ năm 2007 trở đi, chính quyền địa phương đã xây dựng hơn 15 tuyến DLNN đặc sắc với 251 vườn du lịch sinh thái nông nghiệp góp phần làm tăng thu nhập của người dân địa phương và nâng cao hiệu quả sản xuất nông nghiệp. Năm 2010, tỉnh Hải Nam - Trung Quốc, đã xây dựng 133 khu vườn DLNN, tạo việc làm cho 14,5 nghìn người, doanh thu hàng năm lên tới 132 triệu nhân dân tệ (Thu Hòa, 2019).

Tương tự như Trung Quốc, các mô hình du lịch nông nghiệp tại Đài Loan cũng phát triển từ những năm 80 với những ý tưởng hay như mô hình trang trại bò bay, mô

hình trang trại hoa lộ, mô hình trang trại Shangrila, mô hình trang trại bí ngô… Du khách đến các trang trại sẽ được tham quan và tham gia trải nghiệm các hoạt động nông nghiệp. Trong năm 2000, Chính phủ Đài Loan đã quyết định quy hoạch hơn 30 khu vực để phát triển DLNN, với mục tiêu quan trọng nhất là nhằm bảo vệ nền nông nghiệp có lịch sử hàng trăm năm của Đài Loan. Tại Hàn Quốc thì DLNN được bắt đầu từ những năm 1994, tập trung vào khai thác đặc trưng của các vùng nông thôn, điển hình như nghỉ dưỡng tại trang trại. Hoạt động này nhằm mục đích tăng thu nhập cho người nông dân và khuyến khích họ làm chủ, đóng góp vào nền kinh tế Quốc Gia. Từ năm 2002, Hàn Quốc đã triển khai 2000 dự án về Phát triển tuyến điểm và loại hình du lịch nông thôn trên khắp đất nước. Đây được xem như một trong những chiến lược phát triển nông nghiệp chủ yếu nhằm giúp người nông dân bù đắp sự giảm sút thu nhập từ nông nghiệp, đồng thời mang lại cho nông nghiệp những chức năng mới được tạo ra bởi những nhu cầu phát sinh từ mối gắn kết nông thôn - thành thị (Bùi Thị Lan Hương, 2019).

Tại Việt Nam, DLNN còn là một khái niệm khá mới mẻ và mới chỉ phát triển từ những năm 2000 trở lại đây. Du lịch nông nghiệp được chính thức thúc đẩy tại Việt Nam từ năm 2001 và được Cơ quan Phát triển Quốc tế Hà Lan (SNV) hỗ trợ, nhằm tăng thêm thu nhập và đa dạng hóa sản phẩm nông nghiệp cho cộng đồng địa phương. Du lịch nông nghiệp đã góp phần thúc đẩy sự phát triển kinh tế – xã hội ở nhiều địa phương, làm tăng sức hút đối với du khách, đồng thời tạo thêm nguồn thu nhập cho nông dân và các doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực nông nghiệp. Tuy vậy, tại nhiều nơi, các mô hình du lịch nông nghiệp vẫn còn mang tính nhỏ lẻ do tự phát và chủ yếu do các hộ nông dân tự triển khai. Từ năm 2010 đến nay, DLNN đã phát triển mạnh mẽ hơn bởi tận dụng được truyền thống văn hóa nông nghiệp lâu đời. Một số địa phương đã tiên phong và triển khai các mô hình DLNN hiệu quả như đồng bằng sông Cửu Long với các chuyến đi tới vườn cây ăn quả và trang trại nuôi cá, làng sinh thái Mỹ Khánh với trải nghiệm miệt vườn, Lâm Đồng (Đà Lạt) với mô hình du lịch canh nông đến tham quan và mua sắm tại các vườn rau quả, hoạt động tham quan vườn rau trà quế tại Quảng Nam, tham quan nông trại bò sữa và trải nghiệm vắt sữa bò tại nông trường Mộc Châu... Thực tế cho thấy, du lịch nông nghiệp trên thế giới và tại Việt Nam ngày càng phát triển và được mở rộng trên khắp các vùng miền, với nhiều sản phẩm mang đậm bản sắc văn hóa nông nghiệp địa phương. Những sản phẩm này dần trở thành điểm nhấn hấp dẫn, góp phần

thu hút du khách và thúc đẩy sự tăng trưởng của ngành du lịch.

1.2.4. Vai trò của phát triển du lịch nông nghiệp

Theo các nghiên cứu quốc tế, phát triển du lịch nông nghiệp như một lựa chọn để đa dạng hóa hoạt động nông nghiệp được biết đến như một nguồn tạo việc làm và tăng trưởng kinh tế (Kumar & cs, 2015; Abadi & Khakzand, 2022). Loại hình du lịch này giúp nông dân có thêm thu nhập nhờ thu hút khách du lịch đến các vùng nông nghiệp. Nó cũng góp phần sử dụng hiệu quả tài sản sẵn có và giúp bảo tồn di sản văn hóa thống (Mcgehee & cs., 2007; Barbieri, 2013). Bên cạnh đó, theo nhận định của Nguyễn Thị Sơn và Nguyễn Phú Thắng (2014) thì "*DLNN là loại hình du lịch phổ biến ở các vùng lãnh thổ có lợi thế về nông nghiệp. DLNN giúp khai thác hiệu quả lợi thế du lịch - nông nghiệp dồi dào tại địa phương, tạo nguồn thu nhập thêm cho nông dân, kích thích sự đa dạng về các hoạt động kinh tế và kinh doanh ở khu vực nông thôn".*

Phát triển du lịch nông nghiệp đã và đang là một hướng đi được nhiều quốc gia trên thế giới quan tâm và được xem như ưu tiên trong quá trình phát triển kinh tế - xã hội của quốc gia. Du lịch nông nghiệp, đã và đang có vai trò quan trọng và đem đến nhiều lợi ích về kinh tế - xã hội của người dân vùng nông thôn, góp phần quan trọng trong định hướng phát triển bền vững khu vực nông thôn (Trần Thu Phương, 2024). Đây được xem là một chiến lược quan trọng để đạt được mục tiêu phát triển bền vững. Vai trò của phát triển DLNN được thể hiện như sau:

- *Vai trò về kinh tế và sinh kế:* DLNN là một công cụ kinh tế hiệu quả để đa dạng hóa và ổn định thu nhập cho khu vực nông thôn, bởi đây một loại hình du lịch nhằm tạo ra thu nhập cho các bên cung ứng sản phẩm dịch vụ. Du lịch nông nghiệp là một lựa chọn khả thi cho những người nông dân quan tâm đến việc bổ sung thu nhập và tăng thu nhập từ tài sản nông nghiệp (Bernardo, 2004). Du lịch nông nghiệp tạo ra các lựa chọn việc làm cho các thành viên trong hộ gia đình, đa dạng hóa hoạt động nông nghiệp và các nguồn thu nhập, đồng thời giảm bớt sự phụ thuộc của hộ gia đình vào thiên nhiên. Loại hình du lịch này có thể đóng vai trò quan trọng trong nền kinh tế nông thôn, giúp chống lại sự suy giảm kinh tế nông thôn trên diện rộng. Từ việc thúc đẩy kinh tế, DLNN giúp xóa đói giảm nghèo thông qua việc cung cấp việc làm cho người dân lao động địa phương bao gồm cả phụ nữ và người già, giúp giảm tình trạng di cư sang các thành phố lớn.
- *Vai trò về văn hóa và xã hội:* DLNN là công cụ hiệu quả để bảo tồn và phát huy

các giá trị văn hóa truyền thống và di sản văn hóa và thiên nhiên, đồng thời tạo không gian giao lưu văn hóa giữa du khách và cộng đồng địa phương, khuyến khích cộng đồng địa phương xây dựng hình ảnh thân thiện, hiếu khách, xây dựng bản sắc và gia tăng niềm tự hào của cộng đồng. DLNN cung cấp cơ hội giáo dục và nâng cao nhận thức cho du khách về quy trình sản xuất nông nghiệp từ trồng trọt cho đến chăn nuôi. Bên cạnh đó, DLNN giúp người dân cải thiện đời sống nhờ thu hút đầu tư cơ sở vật chất, hạ tầng, từ đó góp phần nâng cao trình độ dân trí của người dân.

- *Vai trò về môi trường và bền vững:* DLNN là một chiến lược quan trọng để đạt được mục tiêu phát triển bền vững, đặc biệt trong bối cảnh biến đổi khí hậu toàn cầu. DLNN hỗ trợ bảo vệ tài nguyên tự nhiên, góp phần cải thiện, cập nhật chất lượng môi trường nông thôn, giúp duy trì cảnh quan nông thôn và bảo vệ hệ sinh thái. DLNN mang lại lợi ích kinh tế và đồng thời thúc đẩy các thực hành nông nghiệp bền vững, thân thiện với môi trường, chẳng hạn như nông nghiệp hữu cơ hướng đến cung cấp sản phẩm sạch an toàn. Phát triển du lịch nông nghiệp được xem là một trong những giải pháp mang tính động lực nhằm thúc đẩy quá trình xây dựng nông thôn mới theo hướng bền vững. Đồng thời, đây cũng là nền tảng quan trọng hỗ trợ việc hình thành các điểm đến du lịch đa dạng, chất lượng và ổn định trong dài hạn. DLNN được xác định là một trong những dòng sản phẩm du lịch chủ đạo nhằm đa dạng hóa sản phẩm du lịch và nâng cao khả năng thu hút khách du lịch. Việc phát triển du lịch nông nghiệp không chỉ mang lại lợi ích kinh tế mà còn góp phần thực hiện đồng thời hai mục tiêu chiến lược đó là đưa du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn và thúc đẩy xây dựng nông thôn mới theo hướng bền vững.

1.2.5. Điều kiện phát triển du lịch nông nghiệp

1.2.5.1. Môi trường sinh thái nông thôn

Môi trường sinh thái nông thôn là một trong những điều kiện nền tảng quyết định khả năng hình thành và phát triển du lịch nông nghiệp. Đây là tổng hòa các yếu tố tự nhiên, kinh tế - xã hội, hạ tầng và chính sách có tác động trực tiếp đến việc khai thác các giá trị nông nghiệp phục vụ hoạt động du lịch.

- *Điều kiện tự nhiên*: là cơ sở quan trọng để hình thành các sản phẩm du lịch nông nghiệp. Các yếu tố như địa hình, khí hậu, thổ nhưỡng, nguồn nước, hệ sinh thái và cảnh quan nông thôn ảnh hưởng trực tiếp đến cơ cấu sản xuất nông nghiệp cũng như khả năng tổ chức các hoạt động trải nghiệm cho du khách. Những địa phương có môi trường

tự nhiên trong lành, cảnh quan đặc sắc, đa dạng sinh học phong phú thường có nhiều lợi thế trong việc phát triển các loại hình du lịch gắn với sản xuất nông nghiệp, sinh thái và nghỉ dưỡng.

- *Điều kiện văn hoá* : đây là yếu tố tạo nên bản sắc và sức hấp dẫn riêng cho điểm đến du lịch nông nghiệp. Các giá trị văn hóa truyền thống, tập quán canh tác, lễ hội dân gian, nghề thủ công, ẩm thực địa phương là những nguồn tài nguyên quan trọng để xây dựng các sản phẩm du lịch mang tính trải nghiệm.

- *Hạ tầng công:* hạ tầng công đóng vai trò hỗ trợ và bảo đảm các hoạt động du lịch diễn ra thuận lợi. Hệ thống giao thông, điện, nước, viễn thông, cơ sở y tế, xử lý môi trường và các công trình công cộng khác là những điều kiện cần thiết giúp nâng cao khả năng tiếp cận điểm đến, cải thiện trải nghiệm của du khách và thúc đẩy liên kết giữa các chủ thể tham gia hoạt động du lịch. Hạ tầng phát triển tốt giúp kết nối điểm đến với thị trường khách du lịch và nâng cao trải nghiệm của du khách. Bên cạnh đó, hạ tầng được đầu tư đồng bộ sẽ tạo điều kiện thuận lợi cho việc khai thác hiệu quả các nguồn lực nông nghiệp phục vụ phát triển du lịch.

- *Chính sách công:* đây là yếu tố định hướng và tạo môi trường thể chế cho phát triển du lịch nông nghiệp. Các chính sách về quy hoạch, đầu tư, đất đai, tín dụng, đào tạo nguồn nhân lực, xúc tiến quảng bá và hỗ trợ phát triển sản phẩm có vai trò quan trọng trong việc khuyến khích các tổ chức, cá nhân tham gia đầu tư và khai thác du lịch nông nghiệp. Một hệ thống chính sách phù hợp, đồng bộ và ổn định sẽ góp phần nâng cao hiệu quả quản lý, thu hút nguồn lực xã hội và bảo đảm sự phát triển bền vững của du lịch nông nghiệp.

1.2.5.2. Sản phẩm và dịch vụ nông nghiệp

- *Sức hút của sản phẩm đặc hữu:* Sản phẩm nông nghiệp đặc hữu là những sản phẩm mang đặc trưng riêng của từng địa phương, được hình thành dựa trên điều kiện tự nhiên, khí hậu, thổ nhưỡng, kỹ thuật canh tác và giá trị văn hóa truyền thống của cộng đồng. Đây được xem là nguồn tài nguyên quan trọng tạo nên sự khác biệt và bản sắc cho điểm đến DLNN. Những sản phẩm đặc hữu không chỉ có giá trị về mặt kinh tế mà còn mang ý nghĩa văn hóa, lịch sử và phản ánh tri thức bản địa của địa phương. Trong phát triển DLNN, sản phẩm đặc hữu giúp tạo dựng hình ảnh riêng, gia tăng khả năng nhận diện và nâng cao sức hấp dẫn đối với du khách. Thông qua các hoạt động trải nghiệm như tham quan vùng sản xuất, trực tiếp tham gia canh tác, thu hoạch, chế biến hay

thưởng thức sản phẩm tại chỗ, du khách có cơ hội hiểu rõ hơn về quy trình sản xuất, đời sống người dân và giá trị văn hóa địa phương. Điều này không chỉ góp phần nâng cao trải nghiệm du lịch mà còn gia tăng giá trị cho sản phẩm nông nghiệp và thúc đẩy tiêu thụ sản phẩm tại địa phương.

- *Sự tham gia của cộng đồng địa phương:* Cộng đồng địa phương là chủ thể trực tiếp tạo ra sản phẩm nông nghiệp đặc hữu. Người dân tham gia vào toàn bộ quá trình từ trồng, chăm sóc, thu hái, chế biến, bảo quản đến tiêu thụ sản phẩm nông nghiệp. Bên cạnh việc duy trì các kỹ thuật canh tác và chế biến truyền thống, các hộ sản xuất, hợp tác xã và doanh nghiệp địa phương từng bước ứng dụng máy móc, cải tiến quy trình sản xuất, nâng cao chất lượng và đa dạng hóa sản phẩm nhằm đáp ứng nhu cầu của thị trường. Sự tham gia của cộng đồng không chỉ dừng lại ở việc tạo ra sản phẩm nông nghiệp mà còn thể hiện ở khả năng tổ chức sản xuất, xây dựng thương hiệu, quảng bá và mở rộng thị trường tiêu thụ. Thông qua các hợp tác xã, cơ sở sản xuất và doanh nghiệp, sản phẩm nông nghiệp được đưa đến nhiều thị trường trong nước và từng bước tiếp cận thị trường quốc tế. Đồng thời, chính quyền địa phương có vai trò hỗ trợ thông qua các hoạt động xúc tiến thương mại, xây dựng thương hiệu, chương trình OCOP, đào tạo, kết nối thị trường và hỗ trợ phát triển sản phẩm. Đây là cơ sở quan trọng để nâng cao giá trị của sản phẩm nông nghiệp và tạo nền tảng cho việc kết hợp sản xuất nông nghiệp với phát triển du lịch nông nghiệp.

1.2.5.3. Sản phẩm và dịch vụ du lịch

- *Hoạt động trải nghiệm:* là yếu tố cốt lõi tạo nên sự khác biệt của du lịch nông nghiệp so với các loại hình du lịch khác. Khác với hình thức tham quan thông thường, du lịch nông nghiệp hướng đến việc tạo cơ hội cho du khách trực tiếp tham gia vào các hoạt động sản xuất, sinh hoạt và văn hóa của cộng đồng địa phương. Thông qua các hoạt động trải nghiệm, du khách không chỉ được quan sát mà còn được tương tác, khám phá và cảm nhận thực tế về đời sống nông thôn. Các hoạt động trải nghiệm trong du lịch nông nghiệp thường rất đa dạng, phụ thuộc vào điều kiện tự nhiên, sản phẩm đặc hữu và bản sắc văn hóa của từng địa phương. Một số hoạt động phổ biến có thể kể đến như tham quan vùng sản xuất nông nghiệp, trải nghiệm gieo trồng, chăm sóc và thu hoạch nông sản, chế biến sản phẩm thủ công, thưởng thức ẩm thực địa phương, tham gia các lễ hội truyền thống hay tìm hiểu phong tục tập quán của cộng đồng dân cư. Đặc biệt, sự tham gia trực tiếp của cộng đồng địa phương có vai trò quan trọng trong việc tổ chức và cung cấp các hoạt động

trải nghiệm, góp phần bảo đảm tính chân thực, đặc trưng và gắn kết trải nghiệm của du khách với đời sống, sản xuất và văn hóa bản địa.

- *Cơ sở vật chất kĩ thuật du lịch:* Cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch là một trong những yếu tố quan trọng quyết định chất lượng phục vụ và khả năng đáp ứng nhu cầu của du khách tại điểm đến. Hệ thống này bao gồm các cơ sở lưu trú, cơ sở ăn uống và các dịch vụ bổ sung phục vụ hoạt động tham quan, nghỉ dưỡng, giải trí và chăm sóc sức khỏe.

Hệ thống cơ sở lưu trú gồm khách sạn, nhà nghỉ, homestay, farmstay và các loại hình lưu trú khác, có vai trò đáp ứng nhu cầu nghỉ ngơi của du khách, góp phần kéo dài thời gian lưu trú và gia tăng mức chi tiêu tại điểm đến. Chất lượng cơ sở lưu trú được đánh giá thông qua quy mô, tiện nghi, chất lượng phục vụ, tính an toàn và khả năng đáp ứng nhu cầu của nhiều phân khúc khách. Cơ sở ăn uống bao gồm nhà hàng, quán ăn và các cơ sở phục vụ ẩm thực địa phương, có chức năng cung cấp dịch vụ ăn uống, đồng thời quảng bá văn hóa ẩm thực và đặc sản của địa phương. Việc phát triển các nhà hàng với thực đơn đa dạng, đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm và khai thác các món ăn mang bản sắc địa phương góp phần nâng cao sức hấp dẫn của điểm đến. Bên cạnh đó, các dịch vụ bổ sung như quán cà phê, khu mua sắm, cửa hàng lưu niệm, spa, massage, karaoke, dịch vụ vui chơi giải trí, chăm sóc sức khỏe, cho thuê phương tiện, hướng dẫn viên và các tiện ích hỗ trợ khác góp phần hoàn thiện hệ thống dịch vụ du lịch. Các dịch vụ này không chỉ đáp ứng nhu cầu đa dạng của du khách mà còn gia tăng trải nghiệm, kéo dài thời gian lưu trú và nâng cao doanh thu du lịch. Trong bối cảnh phát triển du lịch theo hướng bền vững, việc đầu tư đồng bộ cơ sở vật chất kỹ thuật, nâng cao chất lượng dịch vụ và đa dạng hóa các loại hình dịch vụ bổ sung là điều kiện quan trọng nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh của điểm đến, gia tăng sự hài lòng của du khách và thúc đẩy phát triển ngành du lịch.

- *Xúc tiến và quảng bá:* là hoạt động quan trọng nhằm giới thiệu hình ảnh điểm đến, sản phẩm du lịch và thu hút khách du lịch. Hoạt động này có thể được thực hiện thông qua nhiều hình thức khác nhau như tổ chức sự kiện, lễ hội, hội chợ du lịch, xây dựng các chương trình truyền thông, quảng bá trên các phương tiện thông tin đại chúng và nền tảng số. Trong đó, ứng dụng công nghệ số và mạng xã hội đang trở thành xu hướng quan trọng giúp các điểm đến tiếp cận khách du lịch nhanh chóng, hiệu quả và tiết kiệm chi phí hơn. Bên cạnh đó, việc liên kết giữa chính quyền địa phương, doanh nghiệp du lịch, cộng đồng dân cư và các cơ quan truyền thông có vai trò quan trọng. Sự

phối hợp đồng bộ giữa các bên sẽ giúp xây dựng hình ảnh điểm đến chuyên nghiệp, nâng cao hiệu quả quảng bá và tăng cường khả năng cạnh tranh của du lịch nông nghiệp trên thị trường.

1.2.6. Tác động của phát triển du lịch nông nghiệp theo định hướng bền vững

1.2.6.1. Tác động đến kinh tế

Tác động tích cực

DLNN là một trong những cách thức quan trọng để đa dạng hóa nguồn thu nhập, mang lại thu nhập bổ sung và ổn định cho hộ gia đình nông dân. Nguồn thu này không chỉ giúp bù đắp sự biến động của giá nông sản mà còn duy trì các hoạt động nông nghiệp truyền thống. Đồng thời, DLNN tạo ra công việc làm ăn cho các thành viên trong gia đình, kể cả phụ nữ hay người cao tuổi, thanh niên. Việc này sẽ giúp giảm tỷ lệ thất nghiệp và ngăn chặn sự di cư từ nông thôn sang thành thị. DLNN giúp nâng cao giá trị sản phẩm và góp phần mở rộng thị trường tiêu thụ cho nông sản, tăng cường công tác quảng bá sản phẩm qua hình thức "xuất khẩu tại chỗ" - cung cấp dịch vụ ăn uống cho du khách bằng chính những nông sản thu hoạch được tại vườn và trang trại, mang lại trải nghiệm mới và độc đáo dành cho khách hàng. Hình thức du lịch này còn thúc đẩy sự đa dạng hóa các hoạt động kinh tế địa phương và tạo ra các cơ hội kinh doanh mới như mở hàng ăn uống, coffe, kinh doanh đồ thủ công handmade và cung cấp dịch vụ vận chuyển,…DLNN thu hút đầu tư vào cải thiện cơ sở hạ tầng công cộng như đường sá, vệ sinh và các tiện ích khác, từ đó nâng cao chất lượng cuộc sống cho cư dân địa phương. Hơn nữa, DLNN trao quyền cho cộng đồng bằng cách tạo cơ hội cho các nhóm theo truyền thống không được ưu tiên (phụ nữ và người già) tham gia vào các hoạt động du lịch, cải thiện mức sống và tăng cường ý thức cộng đồng.

Tác động tiêu cực

Du lịch nông nghiệp có thể làm tăng nhu cầu về hàng hóa như thực phẩm, đất đai, nhà ở,.. tại địa phương, dẫn đến giá cả dịch vụ leo thang và tăng chi phí sinh hoạt của người dân. Bên cạnh đó, lợi ích kinh tế tạo ra có thể không được chia đồng đều trong cộng đồng. Một số cư dân là người không trực tiếp làm du lịch do không có đủ vốn cảm thấy bị bỏ lại ở phía sau. Hơn nữa, thu nhập từ DLNN thường chỉ mang tính là thu nhập bổ sung và không phải là hoạt động kinh tế chính cho nhiều hộ gia đình. Trong trường hợp vào mùa vụ nông nghiệp và mùa vụ du lịch trùng nhau sẽ dẫn đến sự thiếu hụt về nguồn nhân lực hỗ trợ du lịch, đây là cũng là một thách thức khá đáng kể.

1.2.6.2. Tác động đến văn hoá và xã hội

Tác động tích cực

DLNN đóng vai trò cơ bản trong việc bảo vệ di sản văn hóa và thiên nhiên của vùng nông thôn, góp phần phục hồi và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống, tập quán canh tác lâu đời, ẩm thực địa phương, và phục hồi các nghề thủ công truyền thống. Sự tham gia vào DLNN giúp nâng cao lòng tự hào của cộng đồng về văn hóa và lối sống địa phương. Ngoài ra, DLNN thiết lập môi trường tiếp xúc và giao lưu văn hóa giữa người dân đô thị và cộng đồng nông thôn. Sự tiếp xúc với du khách không chỉ giúp nâng cao nhận thức, tư duy và trình độ dân trí của người dân địa phương, mà còn từ đó củng cố ý thức cộng đồng và gắn kết xã hội. Đồng thời, DLNN như một trung tâm giáo dục nông nghiệp, giúp nông dân chia sẻ kiến thức nông nghiệp bản địa và nâng cao kiến thức, kỹ năng dịch vụ, góp phần nâng cao năng lực cộng đồng địa phương

Tác động tiêu cực

Sự tham quan đông đảo của du khách có thể gây ra nhiều tác động tiêu cực về văn hóa và xã hội. Một trong những vấn đề có thể nhắc đến là nguy cơ xảy ra sự thương mại hóa các giá trị văn hóa truyền thống. Sự khác biệt về nền tảng văn hóa có thể gây ra xung đột giữa cộng đồng địa phương và du khách. Các tệ nạn xã hội như trộm cắp, ma túy và uống rượu quá mức dẫn đến mất an ninh trật tự, cũng tạo ra sự bất nhất hoặc suy thoái văn hóa cộng đồng địa phương vì du lịch nông nghiệp có thể tạo ra không gian cho sự chuyển đổi văn hóa giữa cư dân địa phương và du khách. Bên cạnh đó, cộng đồng địa phương - đặc biệt là người nông dân, thường thiếu kỹ năng ngoại ngữ, tạo ra rào cản giao tiếp với khách du lịch quốc tế và hạn chế khả năng tham gia hiệu quả vào các hoạt động du lịch.

1.2.6.3. Tác động đến môi trường

Tác động tích cực

DLNN góp phần tích cực vào bảo vệ tài nguyên tự nhiên và văn hóa nông nghiệp, góp phần thay đổi bộ mặt cảnh quan nông thôn theo hướng tích cực. Hoạt động này giúp thúc đẩy, khuyến khích nông dân nỗ lực gìn giữ bối cảnh nông thôn như cuộc sống thôn dã, nếp sống nông dân, ẩm thực, bảo vệ hệ động thực vật bản địa,..Bên cạnh đó, hoạt động du lịch giúp nâng cao nhận thức về môi trường cho cả chính quyền và cộng đồng địa phương trong việc bảo vệ và sử dụng bền vững các nguồn tài nguyên tự nhiên.

Tác động tiêu cực

Sự tập trung tham quan đông đảo của du khách và lưu lượng dày đặc của xe cộ có thể gây ra ùn tắc giao thông, nhất là trên những tuyến đường làng chật hẹp, bãi đậu xe không đủ để đáp ứng nhu cầu, gây ô nhiễm tiếng ồn, suy giảm vẻ đẹp của cảnh quan thiên nhiên. Du lịch không được quản lý hiệu quả có thể dẫn đến ô nhiễm môi trường, lãng phí tài nguyên, và làm biến đổi hệ động thực vật địa phương. Việc phát triển du lịch quá mức có thể phá hủy các đặc trưng của cảnh quan, làm mất dần hình ảnh ban đầu của địa phương. Ngoài ra, cộng đồng địa phương thường thiếu kinh nghiệm quản lý, kỹ năng dịch vụ du lịch, và thiếu vốn đầu tư cho cơ sở vật chất hạ tầng dẫn đến khó khăn trong việc đáp ứng nhu cầu phát triển du lịch bền vững.

1.3. Các lý thuyết liên quan đến du lịch nông nghiệp

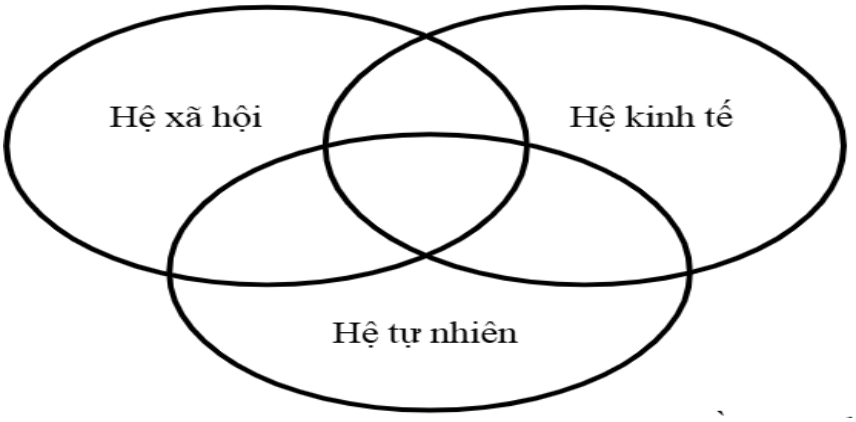
1.3.1. Lý thuyết về phát triển du lịch bền vững (Sustainable tourism development)

Lý thuyết về phát triển bền vững xuất hiện vào giữa những năm 1980 và chính thức được đưa ra tại hội nghị Ủy ban thế giới về Phát triển và Môi trường (WCED) năm 1987. Theo WCED (1987) cho rằng phát triển bền vững là sự phát triển lâu dài phù hợp với yêu cầu của thế hệ hôm nay mà không gây ra những khả năng nguy hại đến các thế hệ mai sau trong việc thỏa mãn nhu cầu riêng và trong việc lựa chọn ngưỡng sống của họ. Phát triển bền vững là sự kết hợp chặt chẽ của 3 trụ cột quan trọng bao gồm: kinh tế, xã hội và môi trường. Đây là nền tảng quan trọng cho các nghiên cứu sau tiếp cận theo hướng phát triển bền vững cần tuân thủ sự bền vững về kinh tế, xã hội và môi trường đối với đối tượng nghiên cứu tại quốc gia, khu vực nhất định và đối tượng du lịch trong phát triển bền vững cũng không ngoại lệ. Trên cơ sở lý thuyết về phát triển bền vững thì phát triển du lịch bền vững đã xuất hiện bởi nhiều nhà nghiên cứu trên thế giới

Dựa trên các nghiên cứu của G. Miller (2001), Khalid, S (2019), Nguyễn Quang Hải (2021), khái niệm phát triển du lịch bền vững được hiểu là một hình thức phát triển du lịch nhằm đáp ứng nhu cầu hiện tại, mà không làm tổn hại đến khả năng của các thế hệ tương lai trong việc sử dụng tài nguyên. Sự phát triển này phải đảm bảo cân bằng giữa 3 yếu tố chính: bảo vệ môi trường, phát triển kinh tế và giữ gìn các giá trị văn hóa xã hội, đồng thời, khuyến khích sự tham gia của cộng đồng địa phương trong quá trình quản lý và phát triển du lịch (UNWTO, 2013). Theo khoản 14, điều 3, Luật du lịch Việt Nam 2017 thì "*Phát triển du lịch bền vững là sự phát triển du lịch đáp ứng đồng thời các yêu cầu về kinh tế - xã hội và môi trường, bảo đảm hài hòa lợi ích của các chủ thể tham gia hoạt động du lịch, không làm tổn hại đến khả năng đáp ứng nhu cầu về du lịch trong*

tương lai". Hầu hết các nghiên cứu về phát triển du lịch bền vững đều cho rằng hình thức du lịch vĩnh viễn góp phần vào việc cải thiện môi trường, tạo ra phúc lợi xã hội, sự thịnh vượng về kinh tế, duy trì việc bảo tồn và tôn tạo cả tài nguyên thiên nhiên tự nhiên và nhân tạo, giá trị văn hóa và bản sắc của cộng đồng địa phương là du lịch bền vững.

Các nhà nghiên cứu đã đưa ra nhiều lý thuyết, mô hình phát triển du lịch bền vững. Mô hình phát triển du lịch bền vững của Jacobs và Sadler nhấn mạnh sự tích hợp chặt chẽ giữa các yếu tố môi trường, xã hội, và kinh tế trong quá trình quy hoạch và quản lý du lịch. Du lịch không chỉ nên tạo ra lợi ích kinh tế, mà còn phải đóng góp tích cực cho môi trường và cộng đồng địa phương (Jacobs và Sadler, 1992). Mô hình được trình bày dưới đây:



Hình 1.2. Mô hình phát triển du lịch bền vững của Jacobs và Sadler

(Nguồn: Jacobs và Sadler, 1992).

Trên thế giới, các nghiên cứu về phát triển du lịch bền vững đều dựa trên 3 trụ cột do Tổ chức Du lịch Thế giới (UNWTO) đề xuất đó là: Kinh tế, Văn hóa - Xã hội và Môi trường và đây cũng là mô hình tiêu chuẩn cho các nghiên cứu về phát triển du lịch bền vững.

Vai trò của phát triển du lịch bền vững

Phát triển du lịch bền vững giữ vai trò quan trọng trong việc bảo đảm sự phát triển ổn định, lâu dài của ngành du lịch, đồng thời góp phần hài hòa lợi ích giữa kinh tế, văn hóa - xã hội và môi trường. Khác với cách phát triển du lịch chỉ chú trọng đến tăng trưởng số lượng khách hoặc doanh thu trong ngắn hạn, phát triển du lịch bền vững hướng tới việc khai thác tài nguyên du lịch một cách hợp lý, có trách nhiệm và có khả năng duy trì giá trị của điểm đến cho hiện tại cũng như tương lai.

- *Phát triển du lịch bền vững góp phần thúc đẩy tăng trưởng kinh tế địa phương:* Thông qua hoạt động du lịch, các điểm đến có thể tạo thêm nguồn thu, mở rộng cơ hội

việc làm, thúc đẩy sự phát triển của các ngành dịch vụ liên quan như lưu trú, ăn uống, vận chuyển, thương mại, thủ công mỹ nghệ và hướng dẫn du lịch. Khi được tổ chức hợp lý, du lịch không chỉ mang lại lợi ích cho doanh nghiệp mà còn tạo điều kiện để cộng đồng địa phương tham gia vào chuỗi giá trị du lịch, từ đó nâng cao thu nhập và cải thiện đời sống. Đây là cơ sở quan trọng để du lịch trở thành động lực phát triển kinh tế, đặc biệt tại những khu vực có lợi thế về tài nguyên tự nhiên, văn hóa hoặc di sản.

- *Phát triển du lịch bền vững có ý nghĩa quan trọng trong bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa*: Các di tích lịch sử, công trình kiến trúc, lễ hội, làng nghề, phong tục tập quán và lối sống bản địa đều có thể trở thành nguồn lực hình thành sản phẩm du lịch đặc sắc. Tuy nhiên, nếu khai thác thiếu kiểm soát, những giá trị này dễ bị thương mại hóa, biến dạng hoặc mai một. Vì vậy, phát triển du lịch bền vững giúp định hướng hoạt động du lịch theo hướng tôn trọng bản sắc văn hóa, khuyến khích cộng đồng gìn giữ di sản và biến du lịch thành công cụ hỗ trợ bảo tồn. Nguồn thu từ du lịch, nếu được phân bổ hợp lý, có thể góp phần tu bổ di tích, phục hồi không gian văn hóa và nâng cao nhận thức của người dân cũng như du khách về giá trị di sản.

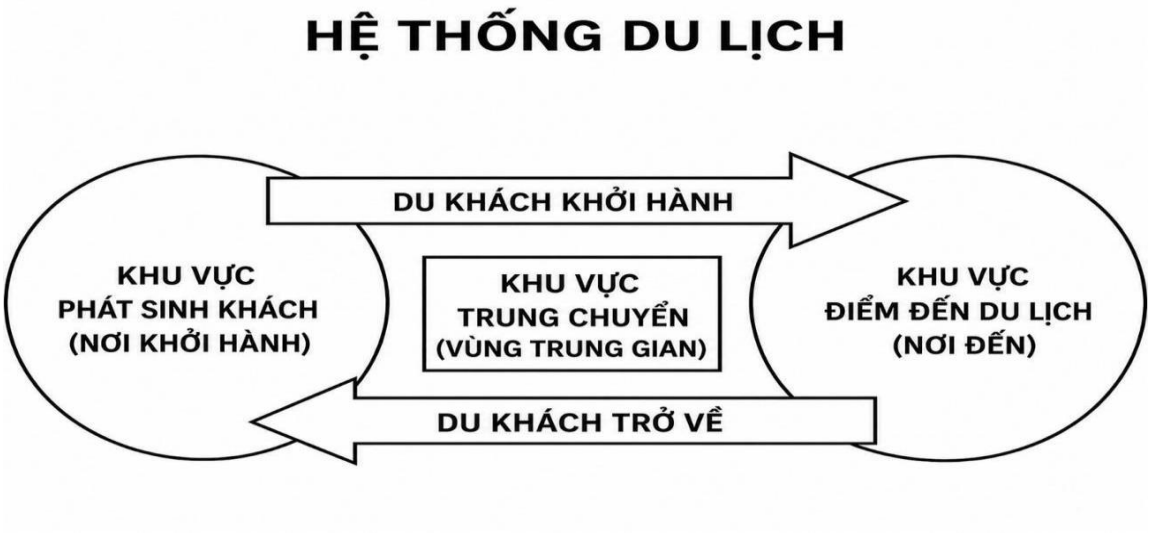
- *Phát triển du lịch bền vững đóng vai trò quan trọng trong bảo vệ môi trường và sử dụng hợp lý tài nguyên*: Hoạt động du lịch thường tác động trực tiếp đến cảnh quan, hệ sinh thái, nguồn nước, không khí và không gian sống của cư dân địa phương. Khi lượng khách tăng nhanh nhưng thiếu kiểm soát, điểm đến có thể đối mặt với ô nhiễm môi trường, rác thải, tiếng ồn, ùn tắc giao thông và suy giảm chất lượng cảnh quan. Vì vậy, phát triển du lịch bền vững giúp đặt ra yêu cầu về kiểm soát sức chứa điểm đến, quản lý rác thải, tiết kiệm năng lượng, bảo vệ tài nguyên và giảm thiểu các tác động tiêu cực từ du lịch. Đây là điều kiện cần thiết để duy trì sức hấp dẫn lâu dài của điểm đến. Như vậy, phát triển du lịch bền vững có vai trò không chỉ tạo ra lợi ích kinh tế, việc làm và nguồn thu, mà còn góp phần bảo tồn văn hóa, bảo vệ môi trường, nâng cao chất lượng sống của cộng đồng và cải thiện trải nghiệm của du khách. Đặc biệt, trong bối cảnh nhiều điểm đến đang đối mặt với nguy cơ quá tải, suy giảm tài nguyên và thương mại hóa văn hóa, phát triển du lịch bền vững trở thành yêu cầu tất yếu để bảo đảm du lịch phát triển lâu dài, có trách nhiệm và hài hòa với lợi ích của các thế hệ tương lai.

Trong nghiên cứu này, lý thuyết phát triển du lịch bền vững được sử dụng làm cơ sở để soi chiếu và đánh giá quá trình phát triển du lịch nông nghiệp tại vùng trà Tân Cương trên ba phương diện kinh tế, văn hóa - xã hội và môi trường. Trên cơ sở này,

nghiên cứu sử dụng ba trụ cột của phát triển bền vững làm khung tham chiếu để phân tích những tác động tích cực, tiêu cực và các vấn đề đặt ra trong phát triển du lịch nông nghiệp ở vùng trà Tân Cương. Đồng thời, lý thuyết cũng là cơ sở định hướng cho việc đề xuất các giải pháp theo hướng hài hòa giữa phát triển kinh tế du lịch, bảo tồn giá trị văn hóa - xã hội và bảo vệ môi trường, qua đó nâng cao giá trị của sản phẩm chè, tăng cường vai trò chủ thể của cộng đồng và bảo đảm khả năng duy trì, phát triển nguồn tài nguyên du lịch nông nghiệp trong dài hạn.

1.3.2. Lý thuyết về hệ thống du lịch (Tourism system theory)

Lý thuyết hệ thống du lịch là một trong những cách tiếp cận quan trọng trong nghiên cứu du lịch, giúp nhìn nhận hoạt động du lịch như một chỉnh thể bao gồm nhiều yếu tố có mối quan hệ tương tác lẫn nhau. Leiper (1979) là học giả đầu tiên đưa ra lý thuyết hệ thống du lịch, coi du lịch như một hệ thống mở có cấu trúc rõ ràng, trong đó các thành phần trong hệ thống như khách du lịch, điểm đến, nhà cung ứng dịch vụ, cộng đồng địa phương, chính quyền và môi trường, ... có mối quan hệ tương tác lẫn nhau. Theo Leiper (1979), du lịch được xem là một hệ thống gồm các thành phần cơ bản như: khu vực phát sinh khách (tourist-generating region), khu vực trung chuyển (transit route) và khu vực điểm đến (tourist destination), trong đó các yếu tố này được liên kết thông qua dòng di chuyển của khách du lịch. Trong hệ thống này, điểm đến du lịch đóng vai trò trung tâm, nơi hội tụ các yếu tố như tài nguyên, cơ sở hạ tầng, dịch vụ, sản phẩm du lịch và nguồn nhân lực. Các yếu tố này không tồn tại độc lập mà có mối quan hệ tương tác chặt chẽ, tạo thành một mạng lưới liên kết nhằm phục vụ nhu cầu của du khách. Sự thay đổi của một yếu tố trong hệ thống có thể tác động đến toàn bộ quá trình vận hành của hoạt động du lịch (Leiper, 1979). Mô hình tiêu biểu về hệ thống du lịch được thể hiện ở hình 1.3.



Hình 1.3. Mô hình tiêu biểu về hệ thống du lịch

(Nguồn: Leiper,1990)

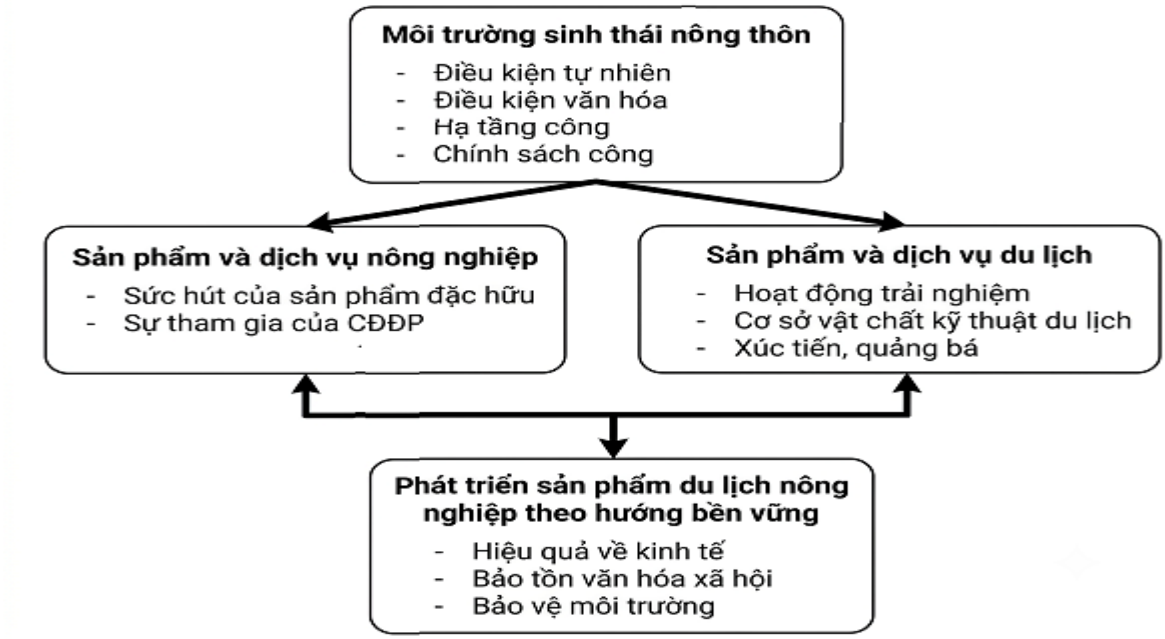
Bên cạnh mô hình của Leiper, nhiều nghiên cứu cũng nhấn mạnh rằng hệ thống du lịch bao gồm cả yếu tố cung và cầu. Về phía cầu, du khách là trung tâm của hệ thống, bởi nhu cầu, động cơ, khả năng chi trả và hành vi tiêu dùng của họ quyết định sự hình thành của thị trường du lịch. Về phía cung, điểm đến cần có tài nguyên du lịch, sản phẩm du lịch, dịch vụ lưu trú, ăn uống, vận chuyển, hướng dẫn, vui chơi giải trí, thông tin du lịch và các điều kiện hỗ trợ khác. Khi cung và cầu gặp nhau thông qua các kênh phân phối, truyền thông, lữ hành và vận chuyển, hoạt động du lịch được hình thành và phát triển. Mill và Morrison (1985) cho rằng hệ thống du lịch bao gồm bốn nhóm thành phần chính là thị trường, điểm đến, hoạt động marketing và giao thông vận chuyển, trong đó các yếu tố này liên kết với nhau để tạo nên trải nghiệm du lịch hoàn chỉnh. Gunn (1994) nhấn mạnh vai trò của quy hoạch và sự phối hợp giữa tài nguyên, cơ sở hạ tầng, dịch vụ và quản lý điểm đến nhằm đảm bảo hệ thống phát triển hiệu quả và bền vững. Đến năm 2004, Farrell và Twining-Ward mở rộng lý thuyết hệ thống du lịch sang cách tiếp cận hệ thống phức hợp. Từ đó, giúp phân tích sự tương tác giữa các yếu tố kinh tế, xã hội và môi trường, nhằm đưa ra các giải pháp và chiến lược để đạt được sự cân bằng và bền vững (Farrell và Twining-Ward, 2004).

Lý thuyết hệ thống du lịch được sử dụng làm cơ sở để xem xét du lịch nông nghiệp tại vùng trà Tân Cương như một hệ thống tổng thể, trong đó các thành phần có mối quan hệ tương tác và phụ thuộc lẫn nhau. Cách tiếp cận này cho phép nghiên cứu không chỉ xem xét riêng lẻ tài nguyên trà hay hoạt động tham quan, trải nghiệm của du

khách mà phân tích đồng thời các yếu tố cấu thành và vận hành hệ thống du lịch nông nghiệp. Trên cơ sở các tiếp cận của Leiper (1979), Mill và Morrison (1985), Gunn (1994) và Farrell và Twining-Ward (2004), nghiên cứu tập trung xem xét các thành phần phù hợp với đặc điểm của du lịch nông nghiệp vùng trà Tân Cương, như điều kiện tự nhiên, các giá trị văn hóa tri thức bản địa nghề trồng và chế biến chè, sản phẩm và hoạt động trải nghiệm, cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kỹ thuật, cộng đồng địa phương, chính sách và quản lý cùng các hoạt động liên kết và xúc tiến quảng bá,… Từ đó, khung nghiên cứu đề xuất được xây dựng trên cơ sở vận dụng và cụ thể hóa lý thuyết hệ thống du lịch vào điều kiện thực tiễn của vùng trà Tân Cương.

1.4. Khung phân tích về phát triển du lịch nông nghiệp dựa vào vùng trà

Trên cơ sở lý thuyết về phát triển du lịch bền vững và hệ thống du lịch, đồng thời tham khảo khung nghiên cứu của David Preece (2015) về phát triển du lịch nông nghiệp, luận văn này đề xuất khung phân tích như sau:



Hình 1.4. Khung phân tích đề xuất

(Nguồn: Tác giả đề xuất, 2026)

Khung phân tích phát triển du lịch nông nghiệp ở vùng trà Tân Cương, Thái Nguyên được xây dựng trên cơ sở kế thừa mô hình phát triển du lịch nông nghiệp của David Preece (2015), kết hợp với cách tiếp cận hệ thống và quan điểm phát triển du lịch bền vững. Việc kế thừa mô hình không chỉ dừng lại ở việc vận dụng các thành tố có sẵn

mà còn hướng đến điều chỉnh nội dung và mối quan hệ giữa các thành tố nhằm phù hợp với đặc điểm tài nguyên, hoạt động sản xuất chè, giá trị văn hóa trà và định hướng phát triển du lịch nông nghiệp tại địa bàn nghiên cứu.

Trên cơ sở mô hình kế thừa, luận văn tập trung làm rõ mối quan hệ giữa môi trường sinh thái nông thôn, sản phẩm và dịch vụ nông nghiệp, sản phẩm và dịch vụ du lịch, đồng thời cụ thể hóa các thành tố nghiên cứu theo ba nhóm: đầu vào, quá trình tổ chức hoạt động và kết quả đầu ra. Cách tiếp cận này cho phép xem xét du lịch nông nghiệp như một hệ thống có sự liên kết giữa điều kiện tài nguyên, hoạt động sản xuất, tổ chức trải nghiệm du lịch và các mục tiêu phát triển bền vững.

Thứ nhất, nhóm đầu vào bao gồm tài nguyên tự nhiên và cảnh quan, tài nguyên văn hóa và tri thức bản địa, điều kiện sản xuất chè, cơ sở hạ tầng, cơ chế chính sách và nguồn lực của cộng đồng địa phương. Đối với vùng trà Tân Cương, các yếu tố này được cụ thể hóa thông qua cảnh quan đồi chè, điều kiện canh tác, quy trình trồng và chế biến chè, tri thức bản địa trong sản xuất, cùng những giá trị đặc trưng của văn hóa trà. Đây là những điều kiện nền tảng tạo nên tính đặc thù của sản phẩm du lịch nông nghiệp và ảnh hưởng đến khả năng tổ chức, khai thác các hoạt động du lịch tại địa phương.

Thứ hai, nhóm quá trình tổ chức hoạt động tập trung phân tích cách thức huy động và chuyển hóa các nguồn lực đầu vào thành sản phẩm, dịch vụ du lịch nông nghiệp. Nội dung nghiên cứu bao gồm tổ chức các hoạt động trải nghiệm gắn với quy trình trồng, thu hái và chế biến chè; phát triển sản phẩm và dịch vụ nông nghiệp kết hợp du lịch; sự tham gia của hộ sản xuất, hợp tác xã, doanh nghiệp và cộng đồng địa phương; hoạt động quảng bá, liên kết giữa các chủ thể và quản lý môi trường. Các hoạt động trải nghiệm như tham quan vùng nguyên liệu, tìm hiểu quy trình chế biến, tham gia thu hái chè, thực hành chế biến và thưởng trà được xem xét trong mối liên hệ với hoạt động sản xuất thực tế. Qua đó, luận văn làm rõ mức độ kết nối giữa sản xuất chè, khai thác giá trị văn hóa trà và tổ chức sản phẩm du lịch, thay vì chỉ xem xét các hoạt động tham quan, thưởng trà một cách riêng lẻ.

Thứ ba, nhóm kết quả đầu ra được đánh giá trên cơ sở tích hợp ba trụ cột của phát triển bền vững, gồm kinh tế, văn hóa – xã hội và môi trường. Về kinh tế, nghiên cứu xem xét khả năng đa dạng hóa sản phẩm, gia tăng giá trị sản phẩm chè, tạo việc làm, nâng cao thu nhập và thúc đẩy liên kết giữa các chủ thể. Về văn hóa – xã hội, nội dung đánh giá tập trung vào việc bảo tồn và phát huy tri thức bản địa, văn hóa trà, mức độ

tham gia và hưởng lợi của cộng đồng, cũng như chất lượng trải nghiệm của du khách. Về môi trường, luận văn xem xét việc bảo vệ cảnh quan vùng chè, quản lý chất thải, sử dụng hợp lý tài nguyên và hạn chế những tác động tiêu cực phát sinh từ hoạt động sản xuất và du lịch.

Ba trụ cột phát triển bền vững có mối quan hệ tương hỗ, không được xem xét tách rời. Hoạt động du lịch cần góp phần gia tăng giá trị kinh tế của sản xuất chè, mở rộng sinh kế cho cộng đồng, đồng thời duy trì tri thức bản địa, phát huy bản sắc văn hóa trà và bảo vệ môi trường sinh thái. Vì vậy, hiệu quả phát triển du lịch nông nghiệp không chỉ được xem xét thông qua khả năng thu hút khách và gia tăng doanh thu mà còn thông qua mức độ bảo tồn các giá trị đặc trưng của địa phương, sự tham gia và hưởng lợi của cộng đồng, cũng như khả năng duy trì chất lượng cảnh quan và môi trường.

Như vậy, điểm điều chỉnh của khung nghiên cứu là cụ thể hóa các thành tố của mô hình kế thừa theo đặc trưng của vùng trà Tân Cương, đồng thời nhấn mạnh mối liên kết giữa nguồn lực nông nghiệp – tổ chức hoạt động du lịch – kết quả phát triển bền vững. Trong đó, tri thức bản địa và sự tham gia của cộng đồng giữ vai trò quan trọng trong quá trình chuyển hóa tài nguyên nông nghiệp thành sản phẩm, dịch vụ du lịch và tạo lập giá trị cho địa phương. Khung phân tích là cơ sở để luận văn phân tích thực trạng phát triển du lịch nông nghiệp tại vùng trà Tân Cương, nhận diện những điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức thông qua ma trận SWOT, từ đó đề xuất các giải pháp phù hợp với điều kiện thực tiễn và định hướng phát triển của địa phương.

1.5. Cơ sở thực tiễn về phát triển du lịch nông nghiệp dựa vào vùng trà đặc sản trên thế giới và Việt Nam

1.5.1. Một số mô hình thành công trong phát triển du lịch nông nghiệp trên thế giới

❖ ***Tại Nhật Bản***

Nhật Bản là quốc gia có ngành du lịch nông nghiệp kết hợp với Trà phát triển bởi có nền tảng văn hóa Trà đạo lâu đời. Trải nghiệm du lịch nông nghiệp tại vùng Trà tỉnh Shizuoka, Nhật Bản mang đến cho những người đam mê Trà hòa mình vào văn hóa và lịch sử của vùng Trà Nhật Bản. Đây là tỉnh có những vùng đất màu mỡ và lịch sử trồng trà gần 1000 năm. Tại đây, du khách sẽ được tham quan đồn điền chè Obuchi Sasaba, nằm ở chân núi Phú Sĩ. Nơi đây được bao quanh bởi những khu rừng yên tĩnh, du khách có thể ngắm nhìn phong cảnh tuyệt đẹp của núi Phú Sĩ và những đồi chè mà không bị cản trở bởi các công trình hiện đại, nhờ vậy mà địa điểm này được lựa chọn làm bối cảnh

cho nhiều chương trình truyền hình, phim ảnh và quảng cáo. Du khách đến vườn chè sẽ được trải nghiệm mặc trang phục truyền thống hái trà, sau đó tham quan các nhà máy chế biến Matcha, tìm hiểu nghệ thuật đánh Trà, trải nghiệm xao trà và pha trà, thậm chí còn được tự tay làm Nerikiri (kẹo truyền thống của Nhật Bản), rồi sau đó thưởng thức cùng một ly trà hay một tách Matcha. Vào tháng năm hàng năm, lễ hội Trà Obuchi Sasaba được diễn ra và thu hút đông đảo khách tới tham quan. Các nữ sinh của các trường cấp 2 và cấp 3 tại địa phương sẽ hóa thân thành những cô gái hái chè trong trang phục truyền thống. Những lá chè thu hoạch được vận chuyển vào nhà máy và chế biến thành trà xanh và trà đen. Một phần doanh thu của các sản phẩm Trà này sẽ được sử dụng cho hoạt động bảo tồn cảnh quan tại Obuchi Sasaba.

❖ ***Tại Assam, Ấn Độ***

Ngày nay, du lịch nông nghiệp gắn với trà đã nổi lên như một khái niệm mới lạ ở Ấn Độ. Assam tự hào sở hữu hơn 800 đồn điền trà lớn và hơn 60.000 đồn điền trà nhỏ trải dài trên 300.000 ha đất, được coi là vùng sản xuất trà lớn nhất tại Ấn Độ. Với những đồn điền trà rộng lớn, các bungalow gỗ cổ kính tồn tại hàng thế kỷ cùng di sản văn hóa đặc sắc của các bộ lạc trồng trà, Assam đem đến cho du khách một hệ trải nghiệm đa dạng và giàu tính bản địa. Du khách có thể dạo bộ trong những vườn trà xanh mướt, hòa mình vào khung cảnh thiên nhiên thơ mộng hoặc trực tiếp tham gia cùng người dân địa phương trong hoạt động hái chè. Tại một số đồn điền, du khách còn được trải nghiệm các công đoạn khác nhau của quy trình thu hoạch và sơ chế trà. Du khách cũng có cơ hội tham gia thử nghiệm trà, vì một số vườn trà ở Assam mời họ đến phòng thử nghiệm để nếm thử trà do chính họ sản xuất. Điều này tạo thêm một nét độc đáo cho trải nghiệm du lịch, tạo nên sự khác biệt so với các hình thức du lịch khác. Ngoài ra, văn hóa bungalow – những ngôi nhà gỗ nhỏ ở các đồn điền trà Assam mang ý nghĩa lịch sử quan trọng, là minh chứng hữu hình cho thời kỳ thuộc địa Anh. Các bungalow này có nguồn gốc từ thế kỷ 19, sở hữu bản sắc kiến trúc độc đáo, phản ánh tầm nhìn và phong cách xây dựng của những người trồng trà thời kỳ đó. Một số ngôi nhà gỗ này đã được chuyển đổi thành khu nghỉ dưỡng vườn trà để thu hút du khách mong muốn đắm mình trong sự bình yên tại vườn Trà. Bên cạnh đó, Assam còn phát triển sân Golf nằm giữa vườn trà được ví " đẹp như tranh vẽ", xây dựng trung tâm nghiên cứu Trà Tocklai để phục vụ lĩnh vực nghiên cứu Trà, sử dụng phương pháp trồng và sản xuất Trà hữu cơ để thu hút du khách quan tâm về sức khỏe tới trải nghiệm và tham quan,…Lễ hội Trà Assam được

tổ chức thường niên vào tháng 11, du khách đến không chỉ tham quan, trải nghiệm các đồn điền Trà, mà còn được giao lưu với các Bộ lạc Trà, đắm mình vào âm nhạc với điệu múa truyền thống "Jhumur", những trải nghiệm kết hợp văn hóa này cũng đã trở thành mối quan tâm hàng đầu và mang lại trải nghiệm khó quên cho khách du lịch.

❖ ***Tại Sri Lanka***

Sri Lanka là một quốc đảo độc lập ở Nam Á, thuộc khu vực Ấn Độ Dương và cách bờ biển Nam Ấn Độ khoảng 53km. Nền kinh tế Sri Lanka theo truyền thống chủ yếu dựa vào nông nghiệp, trong đó có Trà. Srilanka là quốc gia xuất khẩu Trà lớn nhất Thế Giới, chỉ đứng sau Trung Quốc, Ấn Độ và Kenya. Trà được du nhập vào vào Sri Lanka vào thế kỉ thứ 19, có tên gọi là "Trà Ceylon". Đến Thế kỷ thứ 20, trad Ceylon nổi tiếng với hương vị đậm đà và được công nhận trên toàn Thế Giới. Đến với Sri Lanka, du khách sẽ được khám phá các đồn điền trà và tìm hiểu về nghệ thuật hái trà tinh tế. Các nhà máy tại đây sẽ cung cấp một tour tham quan trọn gói, du khách sẽ được tận mắt chứng kiến toàn bộ quy trình sản xuất Trà, từ hái trà đến phân loại, đóng gói. Sau đó du khách được trải nghiệm nếm thử các lại Trà khác nhau và khám phá loại Trà yêu thích của mình. Trước khi kết thúc hành trình, du khách có thể mua những gói Trà tại cửa hàng của các nhà máy mang về làm quà. Bên cạnh đó, bảo tàng trà Ceylon cũng là địa điểm thu hút khách du lịch tới tham quan và tìm hiểu về các loại máy móc cổ được sử dụng trong sản xuất Trà và học hỏi nhiều điều về James Taylor – người Scotland đã mang Trà đến Sri Lanka. Nhật Bản, Ấn Độ (Assam) và Sri Lanka là những ví dụ điển hình cho sự phát triển đa dạng của du lịch nông nghiệp tại các vùng Trà trên Thế giới, phản ánh mối quan hệ chặt chẽ giữa nông nghiệp, văn hóa và trải nghiệm du lịch. Tại mỗi quốc gia, du lịch nông nghiệp tại vùng trà không chỉ tạo cơ hội cho du khách tìm hiểu lịch sử, quy trình sản xuất và thưởng thức trà mà còn kết hợp các giá trị văn hóa – xã hội đặc trưng. Hoạt động tham quan, trải nghiệm trực tiếp và tham gia lễ hội trà tại các vùng này góp phần nâng cao nhận thức về văn hóa truyền thống, thúc đẩy kinh tế địa phương và bảo tồn cảnh quan nông nghiệp.

1.5.2. Một số mô hình thành công trong phát triển du lịch nông nghiệp tại Việt Nam

❖ ***Tại Mộc Châu***

Với những ưu thế mà thiên nhiên mang lại, Mộc Châu ngày nay được nhiều du khách lựa chọn tới tham quan trong kì nghỉ của mình. Trong những năm gần đây, Mộc Châu đã chú ý phát triển DLNN để góp phần đa dạng các loại hình du lịch, đem lại hiệu

quả cho kinh tế địa phương. Một trong những hoạt động DLNN tại Mộc Châu có thể kể đến đó là tham quan và trải nghiệm tại những đồi chè xanh bát ngát. Những cái tên được du khách nhắc tới nhiều như Đồi chè Trái tim, đồi chè Ô Long, đồi chè nông trường Mộc Sương, đồi chè Mocha Hill… Hiện nay, diện tích trồng chè tại Mộc Châu đạt khoảng 2100ha. Khi đến với những đồi chè trên Cao Nguyên Mộc Châu, ngoài tham quan và chụp ảnh, du khách sẽ trải nghiệm cảm giác một ngày làm nông dân và trở thành người thợ hái chè thực thụ, du khách tự tay hái những búp chè non và xanh bỏ vào những chiếc gùi, chiếc giỏ. Chè sau khi hái về được đem vào nhà máy chế biến. Tại đây, du khách được tận mắt chứng kiến quá trình làm ra một sản phẩm trà thơm ngon. Sau đó, du khách thưởng thức những ly trà nóng và ngắm khung cảnh tuyệt vời của những đồi chè xanh ngát, thơ mộng. Mộc Châu đã 2 lần tổ chức Hội Trà Mộc Châu với nhiều nội dung thi và trải nghiệm hấp dẫn, từ đó khẳng định chất lượng Trà Mộc Châu, và quảng bá hình ảnh du lịch Mộc Châu tới bạn bè trong nước và quốc tế.

❖ ***Tại Cầu Đất, Đà Lạt***

Lâm Đồng là tỉnh có nhiều lợi thế về điều kiện tự nhiên, tài nguyên thiên nhiên, khí hậu, đất đai. Bên cạnh du lịch nghỉ dưỡng, hiện nay tỉnh còn phát triển một loại hình du lịch mới mang lại trải nghiệm độc đáo cho du khách, đó là du lịch nông nghiệp. Điển hình là đồi chè Cầu Đất cách trung tâm Đà Lạt khoảng 23km, đây là một trong những điểm đến được nhiều du khách tới tham quan và tìm hiểu. Với tổng diện tích 230ha, nằm ở độ cao 1650m, khí hậu mát mẻ quanh năm phù hợp với việc trồng chè, đồi chè Cầu Đất trải dài mênh mông như một tấm thảm xanh khổng lồ. Thời gian tham quan lý tưởng là từ 6h00 sáng bởi đầu tiên, đây là một điểm săn mây lý tưởng. Những đám mây trắng lơ lững giữa đồi chè xanh ngát tạo nên một khung cảnh tuyệt đẹp. Sau đó, du khách sẽ dạo bước trên những con đường nhỏ bao quanh đồi chè, chụp ảnh với những chiếc tuabin gió... Tìm hiểu về quy trình sản xuất trà là một trải nghiệm bổ ích cho những ai có niềm đam mê với loại đồ uống này. Tour tham quan sẽ bắt đầu bằng việc đón khách, sau đó tham quan và giới thiệu về lịch sử và quy trình sản xuất các loại Trà. Du khách còn được hướng dẫn bước để làm ra một sản phẩm Trà hoàn chỉnh, từ công đoạn thu hái, sơ chế, phơi khô, xao và đóng gói, và cuối cùng là tự tay pha chế rồi thưởng thức những ly trà thơm ngon. Bên cạnh các hoạt động trên, tham quan Bảo tàng Trà cổ có hơn 100 năm tuổi cũng thu hút nhiều khách du lịch bởi không gian trưng bày nghệ thuật và lịch sử chứa đựng những câu chuyện về Trà Việt Nam. Ngoài ra, những quán café nhỏ xinh

cũng được xây dựng bên cạnh các đồi chè, phục vụ du khách nhu cầu nghỉ ngơi, thưởng thức Trà và ngắm cảnh,…

❖ ***Tại Suối Giàng, Lào Cai***

Suối Giàng (Văn Chấn, Lào Cai) nằm ở độ cao gần 1.400 m so với mực nước biển, khí hậu quanh năm mát mẻ, được bao bọc bởi những vách đá và rừng nguyên sinh với hàng ngàn gốc chè Shan tuyết cổ thụ hàng trăm năm tuổi. Với diện tích gần 500 ha, diện tích cây mọc tự nhiên khoảng 300 ha, trong đó có hơn 400 cây tuổi đời từ 100 đến 500 năm tuổi, không chỉ là cây trồng nông nghiệp đơn thuần, chè Shan tuyết đã trở thành một biểu tượng văn hóa, kinh tế, gắn liền với bao thế hệ người H'Mông ở đây. Mô hình du lịch tại Suối Giàng là điển hình của du lịch nông nghiệp tập trung vào Trà Shan Tuyết. Du khách được mặc trang phục dân tộc Hmong, trải nghiệm tham quan đồi chè, đặc biệt là chiêm ngưỡng những cây chè Shan Tuyết cổ thụ được Hội bảo vệ thiên nhiên môi trường Việt Nam công nhận là "Cây di sản Việt Nam", tận hưởng không khí trong lành của núi rừng. Tiếp sau đó, du khách được trải nghiệm thực tế các công đoạn làm trà thủ công, thưởng thức hương vị độc đáo của trà San Tuyết ngay tại nơi sản xuất. Bên cạnh đó, du khách còn được thưởng thức tiếng sáo, khèn và các điệu múa của đồng bào Hmong, và các món ăn đặc sản địa phương do chính tay đồng bào chế biến, góp phần bảo tồn và quảng bá văn hóa bản địa. Năm 2019, Không gian văn hóa Trà Suối Giàng được xây dựng và đi vào hoạt động để đánh dấu bước phát triển du lịch nông nghiệp mạnh mẽ. Bên cạnh các hoạt động trải nghiệm, tại đây có không gian trưng bày và giới thiệu các sản phẩm về Trà, nhiều căn bungalow, phòng lưu trú tập thể và gia đình đưa vào sử dụng để phục vụ nhu cầu nghỉ dưỡng của du khách. Không gian văn hóa Trà suối Giàng tạo việc làm cho bà con thông qua hoạt động đào tạo, hướng dẫn chuyên môn du lịch, kĩ thuật pha trà để bà con cải tạo không gian nhà ở, phục vụ khách tới tham quan. Kể từ khi thành lập điểm du lịch, tư duy và nhận thức của bà con ngày càng thay đổi theo hướng tích cực, kinh tế cũng dần cải thiện hơn. Lễ hội Trà San Tuyết tại đây được chú trọng tổ chức hàng năm để tôn vinh cây Trà cổ và quảng bá hình ảnh du lịch, văn hóa tới du khách.

Các mô hình tại Mộc Châu, Cầu Đất và Suối Giàng cho thấy tiềm năng mạnh mẽ của du lịch nông nghiệp gắn với trà trong việc tạo dựng trải nghiệm đặc thù dựa trên điều kiện tự nhiên, giá trị văn hóa và quy trình sản xuất bản địa. Những hoạt động tham quan, trải nghiệm thực tế và kết hợp văn hóa truyền thống tại mỗi địa phương không chỉ

góp phần nâng cao thu nhập, quảng bá thương hiệu trà và thúc đẩy kinh tế cộng đồng mà còn bảo tồn cảnh quan, gìn giữ bản sắc văn hóa. Nhờ đó, du lịch nông nghiệp trở thành một hướng đi phù hợp và có ý nghĩa lâu dài đối với phát triển kinh tế – xã hội ở các vùng trồng chè tiêu biểu của Việt Nam.

1.5.3. Bài học kinh nghiệm rút ra cho vùng trà Tân Cương, Thái Nguyên

Từ việc phân tích mô hình phát triển du lịch nông nghiệp dựa vào vùng Trà tại các quốc gia trên thế giới như Nhật Bản, (Assam) Ấn Độ, Sri Lanka và tại các địa phương trong nước như Mộc Châu, Cầu Đất và Suối Giàng, có thể rút ra một số kinh nghiệm thực tiễn quan trọng cho việc phát triển du lịch nông nghiệp dựa vào vùng Trà như sau:

Một là, gắn kết chặt chẽ giữa tài nguyên nông nghiệp và giá trị văn hóa bản địa là yếu tố cốt lõi tạo nên sức hấp dẫn của sản phẩm du lịch. Các mô hình thành công đều chú trọng khai thác chiều sâu văn hóa trà, bao gồm lịch sử, nghi lễ, nghệ thuật pha trà, di sản kiến trúc hay các hoạt động gắn với đời sống cộng đồng. Điều này cho thấy du lịch nông nghiệp không chỉ dừng lại ở việc tham quan cảnh quan mà phải tạo ra được trải nghiệm văn hóa đặc trưng.

Hai là, tính trải nghiệm và sự tham gia trực tiếp của du khách là thành tố quan

trọng nâng cao giá trị sản phẩm du lịch. Tại các vùng trà trên thế giới và Việt Nam, du khách đều được trực tiếp hái trà, xao trà, nếm thử sản phẩm, tham gia lễ hội hoặc tìm hiểu quy trình sản xuất. Những hoạt động này giúp tạo ấn tượng mạnh với du khách và thúc đẩy tiêu thụ sản phẩm trà tại điểm đến.

Ba là, kết hợp bảo tồn cảnh quan nông nghiệp với phát triển du lịch là hướng đi bền vững đã được kiểm chứng. Nhật Bản, Assam hay Suối Giàng đều vận hành một phần doanh thu để bảo tồn cảnh quan, bảo vệ môi trường sinh thái và gìn giữ cây trà cổ thụ. Điều này cho thấy bảo tồn không chỉ là nhiệm vụ mà còn là công cụ nâng cao giá trị du lịch và tạo lợi thế cạnh tranh.

Bốn là, vai trò của cộng đồng địa phương được khẳng định ở tất cả các mô hình. Khi người dân trực tiếp tham gia vào hoạt động du lịch từ hướng dẫn hái trà, chế biến, biểu diễn văn hóa đến vận hành cơ sở lưu trú thì sản phẩm trở nên chân thực hơn và lợi ích kinh tế được lan tỏa rộng hơn. Sự nâng cao tư duy của người dân tại Suối Giàng hay sự tham gia của học sinh tại lễ hội trà ở Nhật Bản cho thấy việc lồng ghép cộng đồng vào quá trình phát triển là yếu tố quyết định tính bền vững.

Năm là, đa dạng hóa sản phẩm và dịch vụ du lịch là xu hướng tất yếu. Các điểm

đến trà không chỉ cung cấp tour tham quan mà còn mở rộng sang lưu trú bungalow, tham quan bảo tàng trà, sân golf, thưởng thức hoạt động nghệ thuật, dịch vụ ẩm thực, quà tặng đặc sản… giúp kéo dài thời gian lưu trú và gia tăng chi tiêu của du khách, tạo nguồn thu nhập ổn định cho cộng đồng

Cuối cùng, xây dựng thương hiệu và tổ chức lễ hội đóng vai trò quan trọng trong quảng bá hình ảnh điểm đến. Lễ hội trà tại Nhật Bản, Assam hay Mộc Châu, Suối Giàng đều trở thành sự kiện văn hóa du lịch đặc sắc, góp phần nâng tầm thương hiệu trà và quảng bá, giúp thu hút du khách trong và ngoài nước.

Từ những kinh nghiệm thực tiễn được rút từ các mô hình du lịch nông nghiệp dựa vào vùng trà trên thế giới và tại Việt Nam, có thể khẳng định rằng sự kết hợp hài hòa giữa tài nguyên tự nhiên, giá trị văn hóa bản địa và sự tham gia của cộng đồng là nền tảng quan trọng cho sự phát triển bền vững của loại hình du lịch này.

Bên cạnh đó, việc chú trọng vào tính trải nghiệm, đa dạng hóa sản phẩm, bảo tồn cảnh quan nông nghiệp cũng như đẩy mạnh quảng bá thông qua lễ hội và xây dựng thương hiệu đã chứng minh hiệu quả rõ rệt trong thu hút du khách, giúp gia tăng lợi ích kinh tế – xã hội. Đây là cơ sở quan trọng để các địa phương tham khảo, làm cơ sở định hướng. Đặc biệt là vùng trà như Tân Cương cần vận dụng nhằm xây dựng mô hình phát triển du lịch nông nghiệp dựa vào vùng trà bền vững và hiệu quả.

Tiểu kết chương 1

Trong chương 1, tác giả đã hệ thống hóa và làm rõ những vấn đề lý luận và thực tiễn liên quan đến phát triển du lịch nông nghiệp, đồng thời xây dựng nền tảng khoa học cho việc nghiên cứu phát triển du lịch nông nghiệp ở vùng trà Tân Cương, Thái Nguyên. Trên cơ sở tổng quan các công trình nghiên cứu trong và ngoài nước, luận văn cho thấy du lịch nông nghiệp là một lĩnh vực đã nhận được sự quan tâm của nhiều nhà khoa học với các hướng tiếp cận đa dạng. Bên cạnh đó, các nghiên cứu về du lịch trà cũng đã khẳng định vai trò của trà như một nguồn tài nguyên du lịch đặc thù, gắn với văn hóa bản địa và trải nghiệm du khách. Tuy nhiên, các nghiên cứu hiện nay vẫn còn thiếu những công trình tiếp cận du lịch trà dưới góc độ du lịch nông nghiệp một cách hệ thống, đặc biệt tại vùng trà Tân Cương, Thái Nguyên. Đây chính là khoảng trống nghiên cứu mà luận văn tập trung làm rõ.

Về cơ sở lý luận, chương 1 đã làm rõ các khái niệm liên quan đến du lịch, du lịch nông nghiệp và phát triển du lịch nông nghiệp, phân tích đặc điểm, vai trò, tác động và

các điều kiện phát triển du lịch nông nghiệp. Trên cơ sở kế thừa các nghiên cứu trước, đặc biệt là mô hình của David Preece (2015) và vận dụng lý thuyết phát triển du lịch bền vững và lý thuyết hệ thống du lịch của Leiper (1979), luận văn đã đề xuất khung nghiên cứu phù hợp nhằm đánh giá tiềm năng, thực trạng và các điều kiện phát triển du lịch nông nghiệp tại vùng trà Tân Cương. Về cơ sở thực tiễn, trong chương 1 tác giả cũng đã đề cập các kinh nghiệm phát triển du lịch nông nghiệp ở một số quốc gia và địa phương tiêu biểu, đặc biệt là những mô hình ứng dụng thành công lợi thế nông nghiệp là cây trà vào hoạt động du lịch. Đây là nguồn tham khảo quan trọng để đối chiếu và rút ra kinh nghiệm phù hợp cho vùng trà Tân Cương.

Như vậy, chương 1 đã hoàn thiện nền tảng cơ sở lý luận, cơ sở thực tiễn cần thiết, định vị rõ vấn đề nghiên cứu và phương pháp tiếp cận. Trên cơ sở đó, chương 2 sẽ tập trung phân tích thực trạng phát triển du lịch nông nghiệp tại vùng trà Tân Cương, bao gồm tiềm năng, thực trạng hoạt động du lịch nông nghiệp, điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức. Đồng thời làm căn cứ đề xuất các định hướng và giải pháp phát triển du lịch nông nghiệp theo hướng hiệu quả và bền vững trong Chương 3.

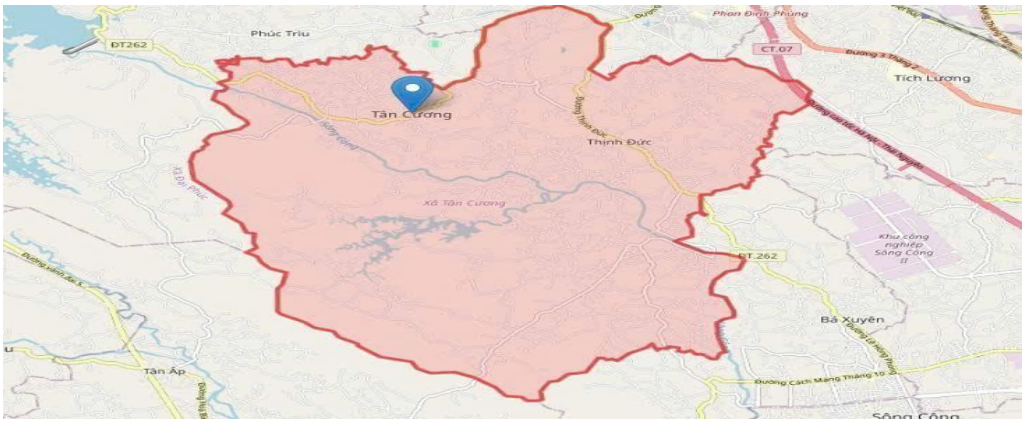
CHƯƠNG 2: THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DU LỊCH NÔNG NGHIỆP Ở VÙNG TRÀ TÂN CƯƠNG, THÁI NGUYÊN

2.1. Khái quát về vùng trà Tân Cương, Thái Nguyên

2.1.1. Khái quát về vị trí địa lý, đặc điểm dân cư

Vùng trà Tân Cương (vùng chè Tân Cương) - nổi tiếng là "Đệ nhất danh trà" - là một trong những vùng trà nổi tiếng nhất tại tỉnh Thái Nguyên. Vùng trà Tân Cương là một khu vực đồi núi xen kẽ thung lũng nằm ở phía Tây trung tâm tỉnh Thái Nguyên, cách trung tâm khoảng 10 km. Năm 2007, vùng trà Tân Cương được Cục sở hữu trí tuệ cấp Chỉ dẫn địa lý trên toàn quốc, bao gồm 3 xã Tân Cương, Phúc Trìu, Phúc Xuân với tổng diện tích gần 5.000ha, trong đó diện tích trồng chè đạt khoảng 1.300ha. Theo đơn vị hành chính hiện nay, địa bàn vùng trà Tân Cương được hình thành trên cơ sở sáp nhập các xã Thịnh Đức, Bình Sơn và Tân Cương trước đây. Khu vực này có vị trí tiếp giáp: phía Bắc giáp xã Đại Phúc và phường Quyết Thắng; phía Tây giáp xã Đại Phúc; phía Nam giáp phường Phúc Thuận và phường Bá Xuyên; phía Đông giáp phường Tích Lương, phường Bách Quang và phường Bá Xuyên.

Vùng trà Tân Cương có điều kiện tự nhiên tương đối thuận lợi cho sản xuất chè, với đất đai màu mỡ, khí hậu ôn hòa và địa hình đặc trưng gồm các thung lũng xen kẽ những đồi chè. Khu vực trồng chè được bao bọc bởi dãy núi Tam Đảo, tạo nên cảnh quan tự nhiên đặc sắc và góp phần hình thành những điều kiện tiểu khí hậu phù hợp với sinh trưởng của cây chè. Bên cạnh đó, sông Công cùng hệ thống suối như suối Đá và suối Cầu Tây có vai trò cung cấp nguồn nước, hỗ trợ tưới tiêu và duy trì điều kiện sản xuất nông nghiệp trên địa bàn. Khí hậu tại vùng trà Tân Cương có thể chia làm 2 mùa rõ rệt, mùa mưa từ tháng 5 đến tháng 10 và mùa khô từ tháng 10 đến tháng 5. Lượng mưa trung bình hàng năm khoảng 1.500 đến 2.250 mm, nhiệt độ trung bình năm của vùng khoảng 22 – 23 độ C tạo điều kiện cho giống trà phát triển. Về thổ nhưỡng, đất ở khu vực này chủ yếu được hình thành trên nền feralit phát triển từ đá macma axít, phù sa cổ hoặc đá cát; có độ pH phổ biến từ 5,5 đến dưới 7,0, thuộc nhóm đất hơi chua, được đánh giá có hàm lượng các nguyên tố vi lượng với tỷ lệ phù hợp cho sự sinh trưởng đặc hữu của cây chè. Bên cạnh đó, các nhà khoa học đã nghiên cứu yếu tố bức xạ nhiệt tại khu vực, theo đó lượng bức xạ hữu ích tại Tân Cương là 61,2 Kcal/cm²/năm, thấp hơn so với các vùng trồng chè khác, góp phần tạo nên chất lượng đặc biệt của Trà Tân Cương Thái Nguyên.



Hình 2.1. Bản đồ ranh giới hành chính xã Tân Cương - Vùng lõi du lịch nông nghiệp vùng trà Tân Cương

(Nguồn: Nền tảng OpenStreetMap - OSM, 2026)

Tại vùng trà, xã Tân Cương là trung tâm hạt nhân của vùng trà với diện tích 57,92 km², dân số 25.525 người. Do đó, các phân tích thực trạng kinh tế - xã hội và sinh kế dưới đây tập trung chuyên sâu vào địa bàn hạt nhân xã Tân Cương. Hiện nay xã gồm 6.614 hộ dân, 108 doanh nghiệp, 31 hợp tác xã và 516 hộ kinh doanh cá thể. Độ tuổi trung bình của chủ hộ là khoảng 48 tuổi, lực lượng lao động chính trung bình là 2 người/hộ. Hiện nay toàn xã có 14 dân tộc sinh sống, trong đó khoảng 19% là dân tộc thiểu số, các dân tộc chung sống hài hòa với nhau tạo thành cộng đồng dân cư đoàn kết, giúp đỡ nhau cùng phát triển du lịch. Cơ cấu dân số các dân tộc thiểu số được thể hiện tại bảng 2.1 dưới đây:

Bảng 2.1. Cơ cấu dân số các dân tộc thiểu số tại xã Tân Cương - địa bàn khảo sát trọng điểm

STT	Dân tộc	Số lượng (người)	Tỷ lệ (%)
1	Kinh	20.453	80,13
2	Nùng	2.003	7,85
3	Sán Dìu	1.658	6,50
4	Tày	1.001	3,92
5	Ngái	90	0,35
6	Dao	81	0,32
7	Mường	62	0,24
8	Cao Lan	51	0,20

9	Sán Chí	40	0,16
10	Thái	33	0,13
11	Sán Chay	24	0,09
12	Hoa	17	0,07
13	Ê đê	11	0,04
14	Giáy	1	0,00
	Tổng	**25.525**	**100,00**

(Nguồn: UBND xã Tân Cương, 2026)

Sản xuất chè là sinh kế chủ lực và là nguồn thu nhập chính của các hộ gia đình nông dân. Đối với một số hộ, 70% thu nhập đến từ cây chè (Nguyễn T. Ngọc Dung, 2019). Nghề trồng chè là một truyền thống được truyền lại qua nhiều thế hệ, hầu hết người dân địa phương có kinh nghiệm sâu rộng trong việc trồng, chăm sóc và chế biến chè. Đây là những đặc điểm có ý nghĩa trong việc hình thành các điều kiện về nguồn lực tự nhiên, kinh tế - xã hội và cộng đồng cho phát triển du lịch nông nghiệp tại vùng trà Tân Cương.

2.1.2. Lịch sử hình thành và phát triển vùng trà Tân Cương

Lịch sử của Tân Cương với tư cách là một trung tâm trồng chè bắt nguồn từ đầu thế kỷ 20. Vào thời điểm đó, Tân Cương là một vùng đất cằn cỗi, người dân khó khăn về sinh kế (Yanling Guoa, Montira Ratob, 2019). Khoảng những năm 1920 - 1922, Bác sĩ Nguyễn Đình Tuấn (thường được gọi là Bác sĩ Nghệ Sở) đã cùng người dân khai hoang mở rộng diện tích canh tác tại Tân Cương. Dưới sự chỉ đạo của Tiến sĩ Nghệ Sở (Nguyễn Đình Tuấn), một trung sĩ tên là Đội Năm (tên thật là Vũ Văn Hiết) cùng một số người khác đã được cử đến tỉnh Phú Thọ để thu thập các giống chè về trồng ở Tân Cương. Giống chè được đưa về là trung du, loại chè dễ chăm sóc, có khả năng chống sâu bệnh và chịu lạnh tốt có thể sống tới cả trăm năm. Ban đầu, giống chè này được gọi là chè Bạch Hạc, do cây giống được lấy từ vùng chè Bạch Hạc, tỉnh Phú Thọ. Đầu những năm 1920, người dân Thái Nguyên đã bắt đầu thu hoạch được trà từ những cây chè mang từ Phú Thọ về. Điều bất ngờ là giống trà trung du lại phát triển một hương vị mới, chất lượng tốt hơn và hương thơm đậm đà hơn khi được trồng ở Tân Cương, nhờ vào điều kiện khí hậu và thổ nhưỡng đặc trưng và phù hợp của vùng đất này. Năm 1935, Trung sĩ Đội Năm (Đội Nam) đã mang giống trà này đi dự thi tại Đấu Xảo, Hà Nội và giành được giải nhất với thương hiệu trà Cánh Hạc. Đây là thương hiệu trà đầu tiên góp phần làm nên tên tuổi

của vùng đất này và là thương hiệu trà Tân Cương Thái Nguyên ngày nay.

Nửa đầu thế kỷ 20, chè Thái Nguyên đã đáp ứng được khẩu vị của các quan chức Pháp, giới thượng lưu và thương nhân nước ngoài, và thương hiệu Tân Cương đã trở nên phổ biến trong nước và quốc tế (Yanling Guoa, Montira Ratob. 2019). Nhận thấy được điều đó, người dân địa phương đã tiếp tục cải tạo giống chè mới và trồng trên diện tích lớn ở các thôn, xã lân cận và liên tục tạo ra các giống chè mới có năng suất và chất lượng cao. Kể từ đó, cây chè đã trở thành cây trồng chủ lực, giúp người dân địa phương làm giàu và cải thiện đời sống. Chè đã giúp người dân địa phương làm giàu trong quá trình xây dựng nông thôn mới ở Thái Nguyên (Dương, 2014). Một lãnh đạo tại đây cho biết, Tân Cương đạt chuẩn xã nông thôn mới năm 2015 là nhờ sự đóng góp to lớn của cây chè và nghề làm chè (Nguyễn Ngọc Dung, 2019). Trà có giá trị dinh dưỡng cao, tăng sức đề kháng cho cơ thể và chống lão hóa. Nó cũng là nguyên liệu để sản xuất các mặt hàng công nghệ cao có giá trị như dược phẩm và mỹ phẩm. Do đó, đây cũng là một hướng đi tiềm năng mới cho ngành công nghiệp trà (QT Tran, 2015). Khi ngày càng nhiều người quan tâm đến việc uống trà vì sức khỏe, ngày càng nhiều khách du lịch có ý định đến thăm các vùng trồng trà để hiểu thêm về các đặc tính tốt cho sức khỏe của nó (Jollie, 2007).

Để quảng bá về văn hóa trà và các sản phẩm trà, năm 2011, tỉnh Thái Nguyên đã lần đầu tổ chức "Festival Trà Quốc Tế" với nhiều hoạt động văn hóa, thể thao, du lịch hấp dẫn nhằm tôn vinh, giới thiệu, và quảng bá văn hóa Trà. Thương hiệu trà Tân Cương từ đây không chỉ là sản phẩm nông nghiệp mà dần trở thành sản phẩm du lịch để từ đó tạo lợi thế cạnh tranh, thu hút khách du lịch. Hiện nay, lễ hội "Hương sắc danh Trà" vẫn được tổ chức thường niên để tôn vinh và quảng bá nghề trồng trà truyền thống, góp phần bảo tồn, phát huy giá trị văn hóa trà tại vùng trà Tân Cương. Cùng với nhiều hoạt động trong khuôn khổ, lễ hội đã góp phần bồi đắp niềm tự hào, nâng cao ý thức gìn giữ văn hóa trà cho người dân, qua đó tiếp tục lan tỏa hương sắc danh trà Thái Nguyên, đưa thương hiệu trà Thái Nguyên vươn xa trên thị trường trong nước và quốc tế.

2.2. Đánh giá khả năng phát triển du lịch nông nghiệp của vùng trà Tân Cương, Thái Nguyên

2.2.1. Môi trường sinh thái nông thôn

2.2.1.1. Điều kiện tự nhiên

Vùng trà Tân Cương nằm ở phía tây nam trung tâm tỉnh Thái Nguyên, có địa

hình bán sơn địa với các đồi chè thoải, xen kẽ hệ thống sông, suối và hồ nước tự nhiên tạo nên cảnh quan đặc trưng của vùng trung du miền núi Bắc Bộ. Địa hình này không chỉ thuận lợi cho phát triển cây chè mà còn tạo nên những không gian trải nghiệm hấp dẫn cho hoạt động tham quan, nghỉ dưỡng và du lịch sinh thái. Tân Cương được bao phủ bởi những đồi chè xanh mướt tạo nên cảnh quan đặc sắc, mang giá trị thẩm mỹ cao và giàu tính trải nghiệm. Các nương chè được quy hoạch theo độ dốc tự nhiên, tạo hình không gian xanh mát, mềm mại, trở thành điểm nhấn thu hút du khách đến tham quan và chụp ảnh. Bên cạnh đó, khí hậu mát mẻ, sạch, ít ô nhiễm cùng hệ sinh thái nông nghiệp truyền thống tạo cảm giác thư thái, phù hợp cho các hoạt động du lịch trải nghiệm tại chỗ như trồng và hái chè, đạp xe dạo quanh đồi chè… Điều kiện khí hậu thuận lợi cũng đã góp phần tạo nên chất lượng nổi tiếng của sản phẩm trà Tân Cương với hương thơm cốm non đặc trưng, vị chát dịu và hậu ngọt sâu. Đây là nguồn tài nguyên nông nghiệp có giá trị đặc biệt để xây dựng các sản phẩm du lịch trải nghiệm gắn với quá trình trồng, chăm sóc, thu hái và chế biến chè.

Vị trí địa lý thuận lợi cũng góp phần tăng tiềm năng du lịch của Tân Cương. Chỉ cách trung tâm tỉnh Thái Nguyên khoảng 10 km, với đường giao thông kết nối thuận tiện, vùng trà Tân Cương có khả năng thu hút lượng lớn du khách nội tỉnh và các địa phương lân cận như Hà Nội, Bắc Ninh, Phú Thọ, Tuyên Quang... Đây là lợi thế quan trọng giúp giảm chi phí di chuyển và nâng cao khả năng tổ chức các tour tham quan và trải nghiệm ngắn ngày.

2.2.1.2. Điều kiện văn hóa

Vùng trà Tân Cương không chỉ có điều kiện tự nhiên thuận lợi cho sản xuất chè mà còn sở hữu hệ thống di sản văn hóa được hình thành trong quá trình cư dân địa phương sinh sống, lao động và gắn bó lâu đời với vùng đất này. Các di sản bao gồm cả di sản văn hóa phi vật thể gắn với tri thức, kỹ thuật sản xuất và đời sống văn hóa cộng đồng và di sản văn hóa vật thể gắn với các công trình, không gian lưu giữ và thực hành văn hóa. Trong đó, văn hóa trà giữ vị trí trung tâm, tạo mối liên kết giữa các giá trị văn hóa với hoạt động sản xuất nông nghiệp và phát triển du lịch.

❖ ***Hệ thống di sản văn hóa vật thể***

- *Chùa Y Na:* là công trình tín ngưỡng gắn với đời sống tinh thần và lịch sử của cộng đồng địa phương, được công nhận là di tích lịch sử cấp tỉnh năm 2014. Giá trị của

Chùa Y Na chủ yếu thuộc lĩnh vực tín ngưỡng, lịch sử và văn hóa cộng đồng, không trực tiếp phản ánh nghề chè. Tuy nhiên, với vị trí trong không gian cư trú của cộng đồng, di tích có thể trở thành điểm bổ trợ trong các tuyến tham quan, giúp du khách tiếp cận đồng thời cảnh quan, đời sống và các giá trị văn hóa của địa phương. Vì vậy, Chùa Y Na nên được xem là nguồn tài nguyên văn hóa bổ trợ, góp phần mở rộng nội dung của sản phẩm du lịch nông nghiệp thay vì tách rời khỏi hệ thống tài nguyên của vùng.

- *Không gian văn hóa trà Tân Cương*: được xây dựng và đưa vào hoạt động nhân dịp Festival Trà quốc tế Thái Nguyên năm 2011, công trình có chức năng lưu giữ, trưng bày và giới thiệu các giá trị vật thể, phi vật thể liên quan đến cây chè và văn hóa trà. Các tư liệu, hiện vật về trồng, chăm sóc, chế biến chè, dụng cụ sản xuất và thưởng trà giúp du khách tìm hiểu lịch sử hình thành và phát triển của nghề chè, đồng thời thấu hiểu sự cần cù, bền bỉ của người dân vùng chè trong suốt quá trình hình thành và phát triển nghề chè truyền thống. Không chỉ được tìm hiểu về lịch sử nghề làm chè, du khách khi đến đây còn được thưởng thức các loại trà ngon nổi tiếng của địa phương với không gian vô cùng độc đáo. Du khách sẽ được tìm hiểu lịch sử và văn hóa trà tại không gian trưng bày, sau đó đến vùng nguyên liệu và cơ sở sản xuất để trực tiếp quan sát, thực hành và trải nghiệm quy trình sản xuất chè.

- *Khu bảo tồn làng nhà sàn sinh thái Thái Hải*: là không gian bảo tồn và thực hành văn hóa cộng đồng, nơi các hoạt động sản xuất nông nghiệp, sinh hoạt, ẩm thực và văn hóa truyền thống được tổ chức trong cùng một không gian. Các hoạt động trồng trọt, chăn nuôi, chế biến nông sản, làm bánh dân tộc, thưởng thức ẩm thực, giao lưu văn nghệ và trải nghiệm đời sống cộng đồng tạo điều kiện để du khách tiếp cận trực tiếp mối quan hệ giữa văn hóa và hoạt động sản xuất. Đối với vùng trà Tân Cương, đây là nguồn tài nguyên bổ trợ có thể góp phần đa dạng hóa sản phẩm theo hướng kết hợp du lịch nông nghiệp - sinh thái - văn hóa cộng đồng.

- *Các làng nghề chè truyền thống, hộ gia đình, hợp tác xã và cơ sở sản xuất*: là những không gian trực tiếp duy trì và thực hành các giá trị văn hóa của nghề chè thông qua hoạt động sản xuất hằng ngày. Tại đây, những tri thức và kỹ thuật trồng, thu hái, chế biến chè được cộng đồng truyền lại và tiếp tục vận dụng trong điều kiện sản xuất hiện nay, trong đó một số cơ sở vẫn duy trì các phương thức chế biến thủ công đặc trưng. Vùng trà hiện có bảy làng nghề chè truyền thống gồm Y Na 1, Y Na 2, Hồng Thái 1,

Hồng Thái 2, Lam Sơn, Nam Thái và Soi Vàng. Các không gian sản xuất này không chỉ góp phần duy trì nghề chè mà còn tạo điều kiện để du khách tiếp cận trực tiếp quá trình sản xuất thông qua các hoạt động tham quan vùng nguyên liệu, hái chè, tìm hiểu và trải nghiệm chế biến, sao chè, thưởng trà và mua sản phẩm tại nơi sản xuất. Qua đó, làng nghề trở thành cầu nối giữa bảo tồn tri thức nghề chè, duy trì hoạt động sản xuất nông nghiệp và phát triển sản phẩm du lịch trải nghiệm, đồng thời tạo điều kiện để cộng đồng địa phương trực tiếp tham gia và hưởng lợi từ hoạt động du lịch.

❖ ***Hệ thống di sản văn hóa phi vật thể***

- *Tri thức trồng và chế biến chè*: Qua nhiều thế hệ, người dân địa phương đã hình thành và lưu truyền hệ thống kinh nghiệm về lựa chọn giống, trồng, chăm sóc, thu hái và chế biến chè phù hợp với điều kiện tự nhiên của vùng. Những tri thức này không chỉ tạo nên đặc trưng về chất lượng và hương vị của trà Tân Cương mà còn phản ánh sự thích ứng của cộng đồng với môi trường sản xuất nông nghiệp. Cũng bởi lẽ đó, Bộ Văn hóa - Thể thao và Du lịch đã ban hành Quyết định công nhận "*Tri thức trồng và chế biến chè Tân Cương*" trong danh mục di sản Văn hóa phi vật thể Quốc Gia cho các xã thuộc vùng trà. Qua đó khẳng định giá trị văn hóa của nghề chè và tạo cơ sở cho việc bảo tồn, truyền dạy và phát huy di sản.Tri thức nghề chè là giá trị văn hóa cốt lõi có khả năng chuyển hóa trực tiếp thành trải nghiệm.

- *Các hình thức sinh hoạt văn hóa, nghệ thuật dân gian, lễ hội và phong tục của cộng đồng cư dân địa phương*: Tại vùng trà Tân Cương, cộng đồng Sán Dìu lưu giữ các hình thức hát soọng cô, dân ca, dân vũ và các phong tục, nghi lễ truyền thống; cộng đồng Tày duy trì nghệ thuật hát then, đàn tính và một số giá trị văn hóa gắn với đời sống cộng đồng. Những giá trị này tạo nên sự đa dạng văn hóa bên cạnh văn hóa trà, có thể được khai thác thông qua các hoạt động giao lưu, biểu diễn và trải nghiệm văn hóa trong các chương trình du lịch. Thông qua các chương trình giao lưu, trải nghiệm văn hóa dân tộc, du khách có cơ hội tìm hiểu sâu hơn về đời sống, phong tục, tập quán và bản sắc văn hóa của cư dân bản địa, từ đó nâng cao sức hấp dẫn và tính khác biệt của điểm đến, tạo điều kiện thuận lợi để phát triển các sản phẩm du lịch văn hóa gắn với du lịch nông nghiệp, đáp ứng nhu cầu trải nghiệm ngày càng cao của du khách. Bên cạnh đó, Lễ hội "*Hương sắc trà xuân – vùng trà đặc sản Tân Cương*" cũng cho thấy sự kết nối tương đối rõ giữa di sản nghề chè với hoạt động du lịch. Các hoạt động như rước cây chè cổ, thi hái

chè, thi sao chè thủ công, giới thiệu sản phẩm trà, biểu diễn văn nghệ và trò chơi dân gian vừa tôn vinh nghề chè, vừa tạo không gian để cộng đồng thực hành và truyền tải các giá trị văn hóa đến du khách. Lễ hội vì vậy có vai trò như một hình thức trình diễn và quảng bá di sản nghề chè, đồng thời góp phần tạo sự kiện và sức hút cho điểm đến.

- *Ẩm thực địa phương*: bên cạnh các sản phẩm trà truyền thống như trà búp, trà móc câu, trà nõn tôm, trà đinh, các cơ sở sản xuất đã phát triển thêm trà cao cấp, trà túi lọc, matcha, trà ướp hương và các sản phẩm quà tặng. Ngoài ra, trà còn được sử dụng trong chế biến món ăn để phục vụ du khách như đậu chiên trà xanh, cá kho trà xanh, tempura trà xanh, kẹo lạc trà xanh, chè lam trà xanh, … Sự đa dạng này không chỉ đáp ứng nhu cầu tiêu dùng trong nước và xuất khẩu mà còn tăng tính hấp dẫn đối với du khách, đặc biệt là nhóm du khách quan tâm đến trải nghiệm tại chỗ. Hiện nay, vùng trà Tân Cương cũng là vùng nguyên liệu chính cung cấp nguồn trà đạt tiêu chuẩn trong pha chế cho các thương hiệu, cửa hàng đồ uống tại địa bàn tỉnh Thái Nguyên. Đến du lịch tại vùng trà Tân Cương, bên cạnh việc được thưởng thức các món ăn dân dã của người dân địa phương, du khách còn có cơ hội được thưởng thức các món đặc sản hấp dẫn của địa phương như lạp xườn gác bếp Ba Bể, xôi cẩm và cơm lam của người Tày trên xã Định Hóa, bánh chưng Bờ Đậu, miến Việt Cường,..Khi được kết hợp với hoạt động tham quan vùng nguyên liệu, trải nghiệm chế biến và thưởng trà, ẩm thực góp phần hình thành chuỗi trải nghiệm đa dạng, qua đó nâng cao giá trị gia tăng của sản phẩm nông nghiệp.

Có thể nhận thấy rằng, vùng trà Tân Cương có hệ thống di sản văn hóa tương đối đa dạng, bao gồm cả di sản văn hóa vật thể và phi vật thể, được hình thành và lưu truyền trong quá trình cộng đồng cư dân sinh sống, sản xuất và gắn bó với địa phương. Các giá trị này không tồn tại tách biệt mà có mối quan hệ bổ trợ lẫn nhau. Ngoài ra, hệ thống di sản của vùng trà có khả năng gắn kết tương đối rõ với hoạt động sản xuất nông nghiệp và trải nghiệm của du khách. Nếu các di tích và không gian văn hóa như Chùa Y Na, Không gian văn hóa trà Tân Cương và làng nhà sàn sinh thái Thái Hải đóng vai trò bổ trợ, lưu giữ, diễn giải và mở rộng nội dung trải nghiệm, thì các vùng nguyên liệu, làng nghề, hộ dân và hợp tác xã lại là những không gian trực tiếp để du khách tiếp cận và trải nghiệm quá trình sản xuất chè. Vì vậy, giá trị văn hóa của vùng trà Tân Cương không chỉ nằm ở việc bảo tồn các di sản riêng lẻ mà còn ở khả năng kết nối và chuyển hóa các giá trị đó thành những trải nghiệm du lịch gắn với đời sống và sản xuất của cộng đồng.

Đây là cơ sở quan trọng để phát triển các sản phẩm du lịch nông nghiệp đặc trưng, đồng thời góp phần bảo tồn tri thức nghề chè, phát huy bản sắc văn hóa địa phương, nâng cao giá trị của sản phẩm nông nghiệp.

2.2.1.3. Hạ tầng công

Trong bối cảnh nhu cầu phát triển du lịch nông nghiệp ngày càng gia tăng, việc đầu tư hoàn thiện cơ sở hạ tầng đã được tỉnh Thái Nguyên ưu tiên hàng đầu. Trước hết, đường cao tốc Hà Nội - Thái Nguyên, Thái Nguyên - Cao Bằng hay dự án tuyến đường liên kết kết nối các tỉnh Thái Nguyên, Bắc Ninh và Phú Thọ đã tạo thuận lợi cho phát triển kinh tế và du lịch vùng. Theo khảo sát, hệ thống giao thông kết nối từ trung tâm tỉnh Thái Nguyên đến vùng trà Tân Cương tương đối thuận lợi. Đường Tân Cương, Đường Tố Hữu nối trung tâm tỉnh Thái Nguyên với xã Tân Cương vào khu du lịch Hồ Núi Cốc được bê tông hóa và nâng cấp, tạo điều kiện cho du khách di chuyển và tham quan các đồi chè cũng như các làng nghề sản xuất chè truyền thống. Tuy nhiên, một số tuyến đường nội vùng, đặc biệt là đường dẫn vào các khu đồi chè hoặc khu sản xuất của người dân, vẫn còn nhỏ hẹp, chưa đáp ứng tốt nhu cầu của các đoàn khách du lịch lớn. Ngoài ra, hệ thống bãi đỗ xe, điểm dừng chân và biển chỉ dẫn du lịch tại khu vực vẫn chưa được đầu tư đồng bộ, gây khó khăn cho du khách trong quá trình tham quan.

Hệ thống điện lưới quốc gia đã được phủ kín trên địa bàn, đáp ứng nhu cầu sinh hoạt của người dân cũng như hoạt động sản xuất, chế biến chè và kinh doanh du lịch. Nguồn điện tương đối ổn định, bảo đảm vận hành các cơ sở chế biến, homestay, điểm trải nghiệm và hệ thống chiếu sáng tại các khu dân cư. Bên cạnh đó, hệ thống cấp nước sinh hoạt từng bước được cải thiện, nhiều hộ dân sử dụng nước sạch từ các công trình cấp nước tập trung hoặc nước hợp vệ sinh, góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ phục vụ khách du lịch. Bên cạnh đó, hệ thống viễn thông và internet cũng được phủ rộng, tạo điều kiện cho việc quảng bá du lịch, đặt dịch vụ trực tuyến và hỗ trợ du khách trong quá trình tham quan. Để đánh giá mức độ đáp ứng của hệ thống cơ sở hạ tầng công đối với hoạt động DLNN ở vùng trà Tân Cương, nghiên cứu đã tiến hành khảo sát ý kiến của du khách thông qua các tiêu chí. Kết quả đánh giá của du khách được tổng hợp và trình bày trong bảng dưới đây:

Bảng 2.2. Đánh giá của du khách về hạ tầng công

STT	Tiêu chí đánh giá	Số phiếu ở mỗi thang điểm					Trọng số TB (n=286)
		1	2	3	4	5	
1	Khả năng tiếp cận điểm DLNN dễ dàng	6	31	114	119	16	**3,38**
2	Đường sá đến các điểm DLNN tốt	7	30	131	110	8	**3,29**
3	Bảng chỉ dẫn đến các điểm DLNN đầy đủ	7	57	125	81	16	**3,15**
4	Hệ thống nước sinh hoạt tại điểm DLNN sạch sẽ	8	32	130	92	24	**3,32**
5	Hệ thống điện tại điểm DLNN đầy đủ, đảm bảo phục vụ du lịch	7	35	118	103	23	**3,35**
6	Có nhiều nhà vệ sinh công cộng	7	45	170	59	5	**3,03**

(Nguồn: Tác giả khảo sát, 2026)

Kết quả khảo sát 286 du khách cho thấy mức đánh giá về hệ thống hạ tầng công tại vùng trà Tân Cương dao động từ 3,03 đến 3,38 điểm. Kết quả này phản ánh hạ tầng công nhìn chung đáp ứng một phần nhu cầu cơ bản của khách du lịch, song chất lượng và mức độ đồng bộ giữa các hạng mục vẫn còn những hạn chế.

Trong các tiêu chí được khảo sát, khả năng tiếp cận các điểm du lịch nông nghiệp đạt 3,38 điểm, đường sá đến các điểm du lịch đạt 3,29 điểm. Kết quả cho thấy khả năng tiếp cận điểm đến được du khách đánh giá tương đối tích cực, tuy nhiên chưa đủ cơ sở để khẳng định hệ thống giao thông đã đáp ứng tốt mọi nhu cầu đi lại, đặc biệt đối với các điểm sản xuất chè nằm phân tán trong khu vực nông thôn.

Đáng chú ý, hệ thống điện và nước sinh hoạt lần lượt đạt 3,35 và 3,32 điểm, trong khi bảng chỉ dẫn đến các điểm du lịch đạt 3,15 điểm và hệ thống nhà vệ sinh công cộng

chỉ đạt 3,03 điểm. Đây là hai tiêu chí có mức đánh giá thấp nhất trong nhóm hạ tầng công được khảo sát. Kết quả gợi ý rằng những tiện ích hỗ trợ trực tiếp cho quá trình tham quan, định hướng di chuyển và bảo đảm sự thuận tiện của du khách cần được quan tâm nhiều hơn.

Tuy nhiên, kết quả khảo sát phản ánh cảm nhận của nhóm du khách đã trực tiếp trải nghiệm du lịch nông nghiệp tại vùng trà Tân Cương, không thay thế cho việc kiểm kê hoặc đánh giá kỹ thuật toàn diện về hiện trạng hạ tầng. Vì vậy, để nhận diện rõ hơn những hạn chế, cần đối chiếu kết quả khảo sát với thông tin thu thập qua khảo sát thực địa và phỏng vấn các bên liên quan.

Kết quả phỏng vấn sâu góp phần làm rõ hơn những hạn chế này. Theo thông tin thu thập từ đại diện cơ quan quản lý văn hóa - xã hội tại địa phương, việc phát triển DLNN ở vùng trà Tân Cương hiện vẫn đặt ra yêu cầu tiếp tục hoàn thiện hạ tầng phục vụ du khách, đồng thời tăng cường phối hợp giữa chính quyền và các cơ sở kinh doanh trong tổ chức hoạt động du lịch. Các điểm sản xuất chè và trải nghiệm du lịch có quy mô, điều kiện cơ sở vật chất khác nhau, trong khi một số tiện ích như bãi đỗ xe, biển chỉ dẫn và công trình vệ sinh cần được tính toán theo hướng phục vụ chung cho khu vực. Vì vậy, nếu chỉ dựa vào khả năng đầu tư riêng lẻ của từng hộ hoặc cơ sở sản xuất thì khó bảo đảm sự đồng bộ của hệ thống hạ tầng phục vụ du lịch trên phạm vi toàn vùng. (*Mẫu phỏng vấn Mã CB - 03)*

Từ kết quả trên, có thể nhận định rằng vấn đề đặt ra không chỉ là cải thiện khả năng tiếp cận điểm đến mà còn là nâng cao tính đồng bộ của hệ thống tiện ích công cộng, ưu tiên biển chỉ dẫn, nhà vệ sinh và các điều kiện phục vụ khách tại những điểm trải nghiệm nông nghiệp. Đây là căn cứ thực tiễn để đề xuất các giải pháp đầu tư, nâng cấp hạ tầng phù hợp với quy mô và định hướng phát triển du lịch nông nghiệp của địa phương như tiếp tục nâng cấp giao thông, ưu tiên hoàn thiện hệ thống biển chỉ dẫn, nhà vệ sinh công cộng, bãi đỗ xe, điểm dừng chân, thu gom rác thải và các tiện ích công cộng tại các khu vực có hoạt động DLNN. Đây sẽ là cơ sở quan trọng để nâng cao năng lực phục vụ, gia tăng sức hấp dẫn của điểm đến và khai thác hiệu quả tiềm năng du lịch nông nghiệp của vùng trà Tân Cương.

2.2.1.4. Chính sách công

Du lịch nông nghiệp đang trở thành một xu hướng phát triển quan trọng trong ngành du lịch hiện nay, góp phần khai thác hiệu quả tài nguyên nông nghiệp, bảo tồn

văn hóa nông thôn và nâng cao thu nhập cho người dân. Nhận thức được tiềm năng và vai trò của loại hình du lịch này, nhà nước Việt Nam cũng như chính quyền tỉnh Thái Nguyên đã ban hành nhiều chủ trương, nghị quyết và chương trình nhằm thúc đẩy phát triển du lịch nông nghiệp.

Về đường lối và chính sách của nhà nước Việt Nam, nhiều văn bản quan trọng đã được ban hành nhằm định hướng phát triển du lịch theo hướng bền vững và đa dạng hóa sản phẩm du lịch. Một trong những văn bản mang tính chiến lược là Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16/01/2017 của Bộ Chính trị về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn. Nghị quyết đã khẳng định vai trò của ngành du lịch trong nền kinh tế quốc dân và nhấn mạnh việc phát triển đa dạng các loại hình du lịch như du lịch sinh thái, du lịch cộng đồng, du lịch văn hóa và du lịch nông nghiệp. Đồng thời, nghị quyết cũng khuyến khích khai thác hiệu quả các nguồn tài nguyên tự nhiên, văn hóa và xã hội của từng địa phương để hình thành các sản phẩm du lịch đặc thù, góp phần phát triển du lịch bền vững và nâng cao sức cạnh tranh của du lịch Việt Nam trên thị trường quốc tế. Bên cạnh đó, Luật Du lịch năm 2017 do Quốc hội ban hành đã tạo ra hành lang pháp lý quan trọng cho hoạt động du lịch tại Việt Nam. Luật Du lịch quy định rõ các nguyên tắc phát triển du lịch theo hướng bền vững, bảo vệ môi trường và phát huy giá trị văn hóa dân tộc. Trong đó, luật khuyến khích phát triển các loại hình du lịch sinh thái, du lịch cộng đồng và du lịch gắn với đời sống của cư dân địa phương. Đây là cơ sở pháp lý quan trọng để các địa phương xây dựng và triển khai các mô hình du lịch nông nghiệp, góp phần phát triển kinh tế nông thôn và bảo tồn văn hóa truyền thống. Ngoài ra, Quyết định số 147/QĐ-TTg ngày 22/01/2020 của Thủ tướng Chính phủ về phê duyệt Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030 đã xác định rõ mục tiêu phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn và có tính chuyên nghiệp cao. Chiến lược này nhấn mạnh việc phát triển các sản phẩm du lịch đặc thù dựa trên lợi thế của từng vùng, trong đó có đẩy mạnh phát triển du lịch cộng đồng, du lịch nông nghiệp và nông thôn, du lịch sinh thái, du lịch thể thao mạo hiểm.

Cùng với các chính sách phát triển du lịch, Chương trình "Mỗi xã một sản phẩm" (OCOP) theo Quyết định số 919/QĐ-TTg năm 2022 cũng đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy phát triển du lịch nông nghiệp. Chương trình OCOP nhằm phát triển các sản phẩm nông nghiệp đặc trưng của từng địa phương, nâng cao giá trị gia tăng của sản phẩm và tạo điều kiện để kết hợp giữa sản xuất nông nghiệp với hoạt động du lịch. Thông qua

việc quảng bá và tiêu thụ các sản phẩm OCOP tại các điểm du lịch, nhiều địa phương đã hình thành các mô hình du lịch nông nghiệp gắn với trải nghiệm sản xuất và thưởng thức đặc sản địa phương.

Trên cơ sở các chủ trương và chính sách của nhà nước, tỉnh Thái Nguyên đã chủ động xây dựng và triển khai nhiều chương trình phát triển du lịch gắn với nông nghiệp. Một trong những văn bản quan trọng của tỉnh là Nghị quyết số 08-NQ/TU ngày 08/8/2018 của Ban Chấp hành Đảng bộ tỉnh Thái Nguyên về phát triển du lịch tỉnh Thái Nguyên đến năm 2030. Nghị quyết đã xác định mục tiêu đưa du lịch trở thành ngành kinh tế quan trọng của tỉnh, đồng thời chú trọng phát triển các loại hình du lịch sinh thái, du lịch cộng đồng và du lịch nông nghiệp. Tỉnh cũng khuyến khích khai thác các tiềm năng sẵn có như vùng chè đặc sản, làng nghề truyền thống, cảnh quan nông thôn và văn hóa bản địa để hình thành các sản phẩm du lịch đặc trưng. Trong Đề án phát triển du lịch tỉnh Thái Nguyên đặt mục tiêu giai đoạn 2021 - 2025, định hướng đến năm 2030, tỉnh cũng đặt ra mục tiêu là tỉnh Thái Nguyên trở thành trung tâm du lịch của vùng Việt Bắc với sản phẩm du lịch đặc trưng gắn với văn hóa trà, có thương hiệu và sức cạnh tranh cao. Gần đây nhất, đề án Phát triển du lịch tỉnh Thái Nguyên giai đoạn 2026 - 2030 cũng đã được Tỉnh ủy Thái Nguyên ban hành ngày 10 tháng 12 năm 2025, trong đó xác định du lịch cộng đồng, du lịch nông nghiệp gắn với văn hóa Trà là sản phẩm đặc trưng của tỉnh. Ưu tiên đầu tư, xây dựng các tour du lịch sinh thái tại các vùng trồng chè, chế biến trà tại các xã như: Tân Cương, La Bằng, Phú Lương và các vùng chè nổi tiếng của tỉnh. Phát triển văn hóa trà trong hoạt động du lịch, khuyến khích các cơ sở kinh doanh, homestay, nhà hàng, điểm tham quan lồng ghép không gian trà đạo, văn hóa thưởng trà vào dịch vụ, góp phần lan tỏa giá trị văn hóa trà Thái Nguyên đến du khách trong nước và quốc tế.

Ngoài ra, tỉnh Thái Nguyên cũng tích cực triển khai Chương trình OCOP và phát triển du lịch nông nghiệp gắn với xây dựng nông thôn mới. Thông qua chương trình này, nhiều sản phẩm nông nghiệp đặc trưng của tỉnh, đặc biệt là chè Thái Nguyên, đã được phát triển và quảng bá rộng rãi. Đồng thời, tỉnh cũng tổ chức nhiều hoạt động xúc tiến du lịch như các hội chợ nông sản, lễ hội trà và các sự kiện quảng bá sản phẩm OCOP nhằm giới thiệu tiềm năng du lịch và nông sản địa phương đến du khách trong và ngoài nước. Có thể nhận thấy rằng hệ thống chính sách của Nhà nước cùng với các chủ trương của tỉnh Thái Nguyên đã tạo nên cơ sở quan trọng cho sự phát triển của du lịch nông

nghiệp. Trong thời gian tới, việc tiếp tục hoàn thiện các cơ chế, chính sách hỗ trợ, tăng cường đầu tư vào hạ tầng du lịch cũng như xây dựng những sản phẩm du lịch mang bản sắc riêng sẽ đóng vai trò quan trọng, giúp du lịch nông nghiệp tại Thái Nguyên phát triển mạnh mẽ hơn và đóng góp tích cực vào sự phát triển kinh tế - xã hội của địa phương.

Để làm rõ thực trạng triển khai và hiệu quả của các chính sách hỗ trợ phát triển DLNN tại vùng trà Tân Cương, tác giả đã tiến hành phỏng vấn sâu các hộ dân và chủ thể trực tiếp tham gia hoạt động du lịch. Theo kết quả phỏng vấn, phần lớn người dân cho biết họ biết đến một số chính sách hỗ trợ thông qua UBND xã, hợp tác xã hoặc các buổi tập huấn của địa phương. Các chính sách được nhắc đến chủ yếu gồm hỗ trợ xây dựng sản phẩm OCOP, quảng bá thương hiệu trà Tân Cương, đào tạo kỹ năng làm du lịch, cải tạo hạ tầng giao thông và khuyến khích phát triển du lịch nông nghiệp. Một số hộ gia đình đã được tham gia các lớp tập huấn về kỹ năng đón khách, chế biến và giới thiệu sản phẩm trà, đồng thời được hỗ trợ quảng bá thông qua các sự kiện, lễ hội trà và chương trình xúc tiến du lịch của tỉnh. Tuy nhiên, phần lớn các hộ chưa tiếp cận được nguồn hỗ trợ về vốn hoặc đầu tư cơ sở vật chất phục vụ du lịch. Người dân cho rằng các chính sách hỗ trợ vẫn tập trung chủ yếu vào các hợp tác xã hoặc cơ sở sản xuất có quy mô lớn, trong khi các hộ kinh doanh nhỏ lẻ còn ít cơ hội tiếp cận. (*Mẫu phỏng vấn Mã CĐ - 01, CĐ - 02, CĐ - 03*). Theo một chủ hộ sản xuất, các chính sách đã tạo động lực bước đầu cho phát triển du lịch nông nghiệp, góp phần nâng cao nhận thức của người dân và quảng bá hình ảnh vùng trà Tân Cương. Bên cạnh đó, ông cũng cho biết khó khăn lớn nhất là thiếu thông tin đầy đủ về các chương trình hỗ trợ, thủ tục đăng ký còn phức tạp. Hiện nay nhiều hộ còn hạn chế về nguồn vốn, kỹ năng kinh doanh du lịch và khả năng ứng dụng công nghệ số trong quảng bá sản phẩm. *(Mẫu phỏng vấn Mã CĐ - 04*). Một số ý kiến khác cũng cho rằng việc phối hợp giữa các cơ quan quản lý, doanh nghiệp và người dân chưa thật sự chặt chẽ, dẫn đến hiệu quả hỗ trợ chưa cao. (*Mẫu phỏng vấn Mã CĐ - 02, CĐ - 03*)

Nhìn chung, hệ thống chủ trương, chính sách của Nhà nước và tỉnh Thái Nguyên về phát triển du lịch, xây dựng nông thôn mới, phát triển sản phẩm OCOP và bảo tồn giá trị văn hóa trà đã tạo cơ sở định hướng cho phát triển du lịch nông nghiệp tại vùng trà Tân Cương. Tuy nhiên, việc đánh giá hiệu quả thực thi chính sách cần được xem xét trên cơ sở kết hợp giữa rà soát văn bản, tài liệu liên quan và ý kiến của các chủ thể trực tiếp tham gia hoạt động du lịch nông nghiệp. Kết quả phỏng vấn sâu cho thấy một số hộ

dân và cơ sở sản xuất đã tiếp cận các hoạt động hỗ trợ về tập huấn kỹ năng, quảng bá sản phẩm và phát triển thương hiệu trà. Tuy nhiên, khả năng tiếp cận chính sách chưa đồng đều, các hộ kinh doanh nhỏ lẻ còn gặp khó khăn về thông tin chương trình hỗ trợ, thủ tục đăng ký, nguồn vốn và điều kiện đầu tư cơ sở vật chất phục vụ du lịch. Bên cạnh đó, sự phối hợp giữa chính quyền, hợp tác xã, doanh nghiệp và cộng đồng chưa thực sự chặt chẽ, ảnh hưởng đến khả năng chuyển hóa các định hướng chính sách thành hoạt động hỗ trợ cụ thể tại địa phương. Điều này cho thấy cần tiếp tục hoàn thiện cơ chế hỗ trợ theo hướng phù hợp hơn với nhu cầu thực tiễn của người dân, mở rộng phạm vi tiếp cận chính sách và tăng cường liên kết giữa chính quyền, doanh nghiệp, hợp tác xã và cộng đồng địa phương nhằm khai thác hiệu quả tiềm năng du lịch nông nghiệp vùng trà Tân Cương.

2.2.2. Sản phẩm và dịch vụ nông nghiệp

2.2.2.1. Sức hút của sản phẩm nông nghiệp đặc hữu

Đối với vùng trà Tân Cương, sản phẩm trà được xem là tài nguyên đặc hữu nổi bật và có giá trị đặc biệt trong phát triển DLNN. Trà Tân Cương nổi tiếng bởi chất lượng, hương vị đặc trưng và bề dày văn hóa trà của địa phương. Những đồi chè xanh trải dài cùng quy trình sản xuất trà truyền thống tạo nên sức hấp dẫn riêng đối với du khách. Bên cạnh đó, sức hút của sản phẩm đặc hữu còn góp phần thúc đẩy phát triển các ngành nghề liên quan như dịch vụ lưu trú, ẩm thực, quà lưu niệm và các hoạt động văn hóa cộng đồng. Thương hiệu Trà Tân Cương đã được bảo hộ chỉ dẫn địa lý và được công nhận là sản phẩm OCOP tiêu biểu, góp phần nâng cao uy tín và khả năng nhận diện của điểm đến. Giá trị thương hiệu của sản phẩm đặc hữu này giúp gia tăng sức cạnh tranh cho du lịch nông nghiệp địa phương, đồng thời thúc đẩy các hoạt động tiêu dùng, mua sắm và quảng bá sản phẩm tại chỗ. Nhiều du khách lựa chọn mua trà làm quà tặng sau chuyến đi, qua đó tạo thêm nguồn thu cho người dân và góp phần lan tỏa hình ảnh vùng trà Tân Cương đến nhiều địa phương khác. Được định hình thương hiệu với đặc trưng "Hương cốm non, tiền vị chát dịu, hậu vị ngọt sâu", hệ thống sản phẩm đặc hữu tại đây được phân loại dựa trên quy chuẩn thu hái búp tươi và quy trình chế biến sâu, cụ thể bao gồm các dòng sản phẩm chính như sau:

Bảng 2.3. Các sản phẩm trà ở vùng trà Tân Cương

	Tên sản phẩm	Quy chuẩn nguyên liệu	Đặc tính sản phẩm

1	Trà Đinh	Nguyên liệu khắt khe, chỉ bao gồm duy nhất 1 đinh - là mầm non vừa mới nhú, chưa nở thành lá, được thu hái thủ công vào sáng sớm	Sau quá trình sao, cánh trà xoăn nhỏ, nhọn và sắc như chiếc đinh, nước trà màu vàng xanh, mang giá trị kinh tế cao nhất
2	Trà Tôm nõn	Được thu hái theo quy chuẩn một tôm - một lá (một búp non và một lá non mới chớm hé)	Cánh trà có độ xoăn chặt vừa phải, có vị chát nhẹ ban đầu đậm hơn trà Đinh, sau đó chuyển sang ngọt bùi, đậm đà.
3	Trà Móc câu (trà cánh hạc)	Được thu hái theo công thức truyền thống: một tôm - hai lá (một búp non và hai lá non liền kề bên dưới)	Cánh trà sau khi sao xoăn lại và cong lên hình lưỡi câu. Nước trà màu xanh ngọc, hương thơm tự nhiên
4	Trà ướp hoa (hoa sen, hoa nhài)	Cốt trà sử dụng trà tôm nõn hoặc trà móc câu, kết hợp với hoa nhài tươi/ hoa sen tươi. Quá trình ướp hương đòi hỏi sự tỉ mỉ cao với nhiều quá trình.	Sản phẩm hoàn thiện có sự hòa quyện, vị chát dịu, ngọt hậu vốn có của trà với hương thơm thanh khiết, tự nhiên của hoa nhài/ hoa sen. Nước trà khi pha vẫn giữ được độ xanh và có hương thơm mang lại cảm giác thư thái.
5	Bột Matcha Tân Cương	Trước khi thu hái, các luống trà được che bớt ánh sáng mặt trời nhằm kích thích lá trà sản sinh nhiều chất diệp lục và axit amin, giúp giảm vị chát. Sau thu hái, lá trà tươi được hấp và tách gân lá, chỉ giữ lại phần thịt của lá, phơi	Bột Matcha có màu xanh ngọc bích, bột mịn, không tan hoàn toàn trong nước. Sản phẩm có hương thơm thanh khiết, hậu vị ngọt nhẹ nhàng mà không bị chát gắt

		khô sau đó nghiền mịn bằng cối đá	

(Nguồn: Tác giả khảo sát và tổng hợp, 2026)

Bên cạnh các sản phẩm trà truyền thống, vùng trà Tân Cương đã hình thành nhiều nhóm sản phẩm mới như trà túi lọc hướng tới phân khúc người tiêu dùng trẻ và đề cao tính tiện lợi trong sử dụng. Đồng thời, nhiều cơ sở sản xuất đã chú trọng phát triển các dòng sản phẩm trà cao cấp được đóng gói trong các chất liệu mang đậm giá trị văn hóa như gỗ hương, hộp sơn mài, hộp tre, gốm sứ mỹ nghệ,... Việc đa dạng hóa mẫu mã, bao bì và phân khúc sản phẩm không chỉ đáp ứng nhu cầu ngày càng đa dạng của thị trường mà góp phần nâng cao giá trị gia tăng của sản phẩm trà. Sản phẩm trà là tài nguyên cốt lõi và là yếu tố tạo nên bản sắc của DLNN vùng trà Tân Cương, do đó việc đánh giá mức độ hấp dẫn của sản phẩm trà từ góc nhìn của du khách có ý nghĩa quan trọng trong việc xác định những lợi thế cũng như những khía cạnh cần tiếp tục hoàn thiện. Kết quả đánh giá được trình bày trong bảng dưới đây:

Bảng 2.4. Đánh giá của khách du lịch về sức hút của sản phẩm trà

STT	Tiêu chí	Số phiếu ở mỗi thang điểm					Trọng số TB (n=286)
		1	2	3	4	5	
1	Trà Tân Cương có hương vị đặc trưng và khác biệt so với các sản phẩm trà khác.	6	17	39	82	142	**4,18**
2	Trà Tân Cương phản ánh rõ nét bản sắc văn hóa địa phương.	10	40	110	93	33	**3,35**
3	Trà Tân Cương có tính độc đáo mà khó tìm thấy ở những vùng trà khác.	7	54	107	103	15	**3,23**
4	Trà Tân Cương làm tăng sức hấp dẫn của điểm đến du lịch nông nghiệp	8	36	119	108	15	**3,30**

5	Chất lượng trà Tân Cương tạo cho du khách sự tin tưởng khi sử dụng hoặc mua làm quà	8	39	117	104	18	**3,30**

(Nguồn: Tác giả khảo sát, 2026)

Kết quả khảo sát cho thấy sức hút của sản phẩm trà Tân Cương được du khách đánh giá ở mức khá, với điểm trung bình dao động từ 3,23–4,18 điểm. Trong đó, "Trà Tân Cương có hương vị đặc trưng và khác biệt so với các sản phẩm trà khác" đạt 4,18 điểm, cao nhất, cho thấy hương vị là lợi thế nổi bật và là yếu tố tạo dấu ấn rõ nhất đối với du khách.

Tiêu chí "Trà Tân Cương phản ánh rõ nét bản sắc văn hóa địa phương" đạt 3,35 điểm, cho thấy sản phẩm trà đã gắn tương đối rõ với văn hóa vùng trà. Hai tiêu chí làm tăng sức hấp dẫn của điểm đến DLNN và tạo sự tin tưởng khi sử dụng hoặc mua làm quà cùng đạt 3,30 điểm, phản ánh vai trò nhất định của sản phẩm trà trong thu hút khách và thúc đẩy tiêu dùng tại điểm đến. Trong khi đó, tính độc đáo so với các vùng trà khác đạt 3,23 điểm, thấp nhất. Điều này cho thấy sự khác biệt của trà Tân Cương chưa được khai thác và truyền tải đầy đủ trong hoạt động du lịch.

Nhìn chung, có thể nhận thấy trà Tân Cương không chỉ là sản phẩm nông nghiệp đặc trưng mà còn đóng vai trò quan trọng trong việc tạo dựng hình ảnh và sức hấp dẫn cho điểm đến du lịch nông nghiệp. Sản phẩm trà Tân Cương có sức hút lớn đối với du khách và được xem là yếu tố cốt lõi tạo nên bản sắc của du lịch nông nghiệp địa phương. Tuy nhiên, mức độ nhận diện về tính độc đáo và khác biệt của trà Tân Cương so với các vùng trà khác chưa thực sự nổi bật đối với một bộ phận du khách. Điều này đặt ra yêu cầu cần tiếp tục đẩy mạnh công tác truyền thông, quảng bá thương hiệu, xây dựng câu chuyện sản phẩm và phát triển các trải nghiệm du lịch chuyên sâu hơn. Đồng thời, việc đa dạng hóa sản phẩm, nâng cao chất lượng bao bì, mẫu mã và tăng cường liên kết giữa sản xuất trà với các hoạt động du lịch sẽ góp phần gia tăng giá trị kinh tế và nâng cao trải nghiệm của du khách.

2.2.2.2. Sự tham gia của cộng đồng địa phương

❖ *Dịch vụ nông nghiệp dựa vào cây chè do cộng đồng địa phương cung cấp*

Hiện nay, bên cạnh việc gìn giữ tri thức truyền thống, để đáp ứng đòi hỏi khắt khe của thị trường hiện đại về năng suất và chất lượng, cộng đồng địa phương đã từng

bước hình thành và cung cấp hệ thống dịch vụ nông nghiệp dựa vào cây chè. Các dịch vụ này do chính các hộ sản xuất, nghệ nhân, tổ hợp tác và hợp tác xã (HTX) tại Tân Cương đảm nhiệm, bao gồm:

- *Dịch vụ cung cấp giống và vật tư nông nghiệp*: Dựa trên nhu cầu tái canh và mở rộng diện tích, các hộ gia đình có kinh nghiệm, tổ hợp tác hoặc hợp tác xã (HTX) tại địa phương đã chủ động tổ chức ươm trồng, nhân giống các giống chè chất lượng cao (như LDP1, TRI777, chè Bát Tiên, chè Trung Du cổ...) phù hợp với đặc tính thổ nhưỡng vùng. Đồng thời, cộng đồng cũng từng bước hình thành mạng lưới cung ứng vật tư, ưu tiên các loại phân bón hữu cơ và chế phẩm sinh học nhằm hướng tới nghề trồng chè bền vững.
- *Dịch vụ kỹ thuật canh tác và bảo vệ thực vật:* Nhờ sự tích lũy kinh nghiệm qua nhiều thế hệ, các nhóm lao động chuyên trách tại địa phương được thành lập để cung cấp dịch vụ làm đất, đốn chè, tạo xán và phòng trừ sâu bệnh. Bên cạnh đó, các nghệ nhân và nông dân sản xuất giỏi còn đóng vai trò hạt nhân trong việc tư vấn, hỗ trợ kỹ thuật và chia sẻ kinh nghiệm chuyển đổi sang quy trình canh tác an toàn theo tiêu chuẩn VietGAP hoặc hữu cơ cho các hộ dân lân cận.
- *Dịch vụ thu hái và vận chuyển nguyên liệu*: Do đặc thù thời vụ và yêu cầu khắt khe về chất lượng chè búp tươi, dịch vụ thu hái thuê chuyên nghiệp tại địa phương đã phát triển mạnh mẽ. Đội ngũ này đảm bảo kỹ thuật hái đúng tiêu chuẩn "*một tôm hai lá*", giúp giảm thiểu tỷ lệ dập nát và giữ vững phẩm cấp nguyên liệu. Đi kèm với đó là dịch vụ thu gom, vận chuyển nhanh từ vườn đồi về xưởng chế biến, hạn chế tối đa quá trình ôi thiu hay lên men ngoài ý muốn của chè tươi.
- *Dịch vụ chế biến và gia công sản phẩm*: Đối với các hộ trồng chè quy mô nhỏ lẻ chưa trang bị đủ hệ thống máy móc, các HTX hoặc hộ gia đình có xưởng chế biến tại chỗ cung cấp dịch vụ sao, vò, sấy và lấy hương thuê. Khâu dịch vụ này ứng dụng linh hoạt bí quyết nghệ nhân bản địa trong việc điều chỉnh nhiệt độ và thời gian, góp phần giữ trọn hương vị đặc trưng của sản phẩm chè địa phương**.**

❖ *Sự phối hợp của cộng đồng địa phương, doanh nghiệp/ HTX và chính quyền địa phương trong chuẩn hóa và nâng tầm sản phẩm chè*

Sự phát triển bền vững của nghề chè Tân Cương không chỉ dừng lại ở quy mô hộ gia đình riêng lẻ mà là kết quả của sự hợp lực chặt chẽ giữa các chủ thể: Cộng đồng địa phương - Doanh nghiệp/HTX - Chính quyền địa phương.

- *Cộng đồng địa phương*: : Là lực lượng sản xuất trực tiếp và cung cấp dịch vụ tại chỗ, chủ động chuyển đổi sang canh tác an toàn (VietGAP, hữu cơ) để bảo vệ môi trường và bảo đảm chất lượng nguyên liệu.
- *Doanh nghiệp/ HTX*: Là đầu mối liên kết hộ sản xuất, đầu tư công nghệ chế biến sâu, chuẩn hóa bao bì, truy xuất nguồn gốc, đa dạng hóa sản phẩm (trà đinh, trà nõn tôm, trà quà tặng...) đạt tiêu chuẩn OCOP (4-5 sao).
- *Chính quyền địa phương*: Đóng vai trò kiến tạo trong quy hoạch vùng nguyên liệu tập trung, bảo hộ cho Chỉ dẫn địa lý Tân Cương, hỗ trợ kinh phí đổi mới công nghệ, xúc tiến thương mại và tập huấn nâng cao năng lực cho người dân.

❖ *Cộng đồng địa phương đưa sản phẩm chè vươn ra thị trường toàn quốc, quốc tế và hoạt động xúc tiến quảng bá*

Thông qua sự phối hợp của các chủ thể và hệ thống dịch vụ nông nghiệp hoàn thiện, sản phẩm chè Tân Cương đã bước ra khỏi phạm vi không gian làng xã để khẳng định vị thế trên thị trường rộng lớn. Đối với thị trường trong nước, sản phẩm được phân phối sâu rộng qua hệ thống đại lý, các chuỗi siêu thị lớn, cửa hàng chuyên doanh trà cao cấp tại các thành phố lớn và vươn mạnh lên các sàn thương mại điện tử, mạng xã hội (Facebook, TikTok, Zalo). Đối với thị trường quốc tế, nhiều HTX và doanh nghiệp địa phương đã chủ động đáp ứng các tiêu chuẩn khắt khe về hàng rào kỹ thuật (ISO, GlobalGAP, chứng nhận Organic) để xuất khẩu chè Tân Cương sang các thị trường như Châu Âu, Bắc Mỹ, Nhật Bản và các nước Trung Đông. Ngoài ra, cộng đồng địa phương tích cực tham gia các hội chợ thương mại quốc tế, triển lãm nông sản, lễ hội văn hóa và các chương trình xúc tiến thương mại trong và ngoài nước. Việc hiện diện liên tục trên các kênh truyền thông cùng danh xưng "Đệ nhất danh trà" đã đưa thương hiệu chè Tân Cương trở thành một biểu tượng văn hóa - ẩm thực nông nghiệp nổi tiếng của Việt Nam.

Quá trình vươn tầm thị trường của chè Tân Cương đã tạo ra một hiệu ứng lan tỏa quan trọng đối với ngành du lịch. Khi thương hiệu chè Tân Cương được người tiêu dùng trên cả nước và quốc tế biết đến, điểm đến Tân Cương dần định hình mạnh mẽ trong nhận thức của công chúng. Sự tò mò và lòng yêu mến đối với sản phẩm chè đã chuyển hóa thành nhu cầu du lịch thực tế, khi đó du khách không chỉ dừng lại ở việc thưởng trà tại nhà mà còn mong muốn được đến tận nơi để chiêm ngưỡng những đồi chè bát úp, những nương chè xanh ngát và trải nghiệm công đoạn tự tay hái chè, giao lưu với các nghệ nhân và khám phá không gian văn hóa bản địa.

❖ *Cộng đồng địa phương bảo tồn tri thức bản địa và gìn giữ giá trị cốt lõi của nghề trồng chè truyền thống*

Bên cạnh việc duy trì hoạt động sản xuất, cộng đồng địa phương còn giữ vai trò quan trọng trong bảo tồn và phát huy hệ thống tri thức bản địa gắn với nghề trồng và chế biến chè. Đây là những kinh nghiệm được hình thành trong quá trình cộng đồng canh tác cây chè qua nhiều thế hệ, bao gồm tri thức về lựa chọn giống, chăm sóc cây, nhận biết thời điểm thu hái, lựa chọn nguyên liệu, kỹ thuật chế biến, sao chè và bảo quản sản phẩm. Những tri thức này không chỉ có giá trị về mặt văn hóa mà còn trực tiếp góp phần tạo nên chất lượng và những đặc trưng riêng của chè Tân Cương. Trong quá trình sản xuất hiện nay, tri thức truyền thống vẫn được duy trì thông qua sự truyền dạy giữa các thế hệ trong gia đình và cộng đồng. Người có kinh nghiệm hướng dẫn thế hệ sau cách nhận biết búp chè đạt tiêu chuẩn, thời điểm hái phù hợp, cách xử lý nguyên liệu sau thu hái và điều chỉnh các công đoạn chế biến. Đặc biệt, trong chế biến chè, kinh nghiệm của người làm chè trong việc điều chỉnh nhiệt độ, thời gian sao, độ khô và mức độ vò có vai trò quan trọng đối với hương thơm, màu nước và vị của sản phẩm. Vì vậy, mặc dù nhiều cơ sở đã đầu tư máy móc và áp dụng tiến bộ kỹ thuật, các kinh nghiệm truyền thống vẫn được kết hợp trong quá trình sản xuất nhằm duy trì đặc điểm riêng của chè Tân Cương. Việc bảo tồn tri thức cũng được thực hiện thông qua sự kết hợp giữa phương thức sản xuất truyền thống với các yêu cầu mới về chất lượng và an toàn thực phẩm. Người dân không chỉ duy trì kỹ thuật canh tác và chế biến đã được tích lũy mà còn từng bước áp dụng quy trình sản xuất an toàn, kiểm soát nguyên liệu, hạn chế dư lượng thuốc bảo vệ thực vật, thực hiện truy xuất nguồn gốc và chuẩn hóa một số công đoạn sản xuất. Sự kết hợp này giúp tri thức bản địa không bị tách rời khỏi quá trình phát triển sản phẩm mà tiếp tục được vận dụng và điều chỉnh để đáp ứng yêu cầu của thị trường hiện nay.

Kết quả phỏng vấn tại vùng trà Tân Cương cho thấy nhiều hộ sản xuất vẫn coi kinh nghiệm của người làm chè là yếu tố quan trọng quyết định chất lượng sản phẩm. Một hộ sản xuất cho biết: "*Máy móc có thể hỗ trợ nhiều công đoạn, nhưng để làm ra chè ngon thì người làm vẫn phải có kinh nghiệm, nhất là khâu hái và sao chè." (Mẫu phỏng vấn mã CĐ – 06).* Điều này cho thấy tri thức bản địa vẫn giữ vai trò nhất định trong quá trình tạo lập giá trị của sản phẩm, ngay cả khi nghề chè đang có sự chuyển đổi theo hướng hiện đại hóa. Và việc cộng đồng kiên trì bảo tồn các bí quyết thủ công này

chính là nền tảng cốt lõi đảm bảo chất lượng nông sản đặc hữu, tạo nên bản sắc độc đáo không thể thay thế cho vùng trà.

Mặc dù cộng đồng địa phương giữ vai trò chủ thể trong duy trì và phát triển sản phẩm chè Tân Cương, quá trình cung cấp các sản phẩm và dịch vụ nông nghiệp dựa vào cây chè vẫn còn một số hạn chế còn tồn tại như sau:

- *Dịch vụ nông nghiệp dựa vào cây chè còn mang tính nhỏ lẻ, tự phát***:** Mặc dù cộng đồng đã bước đầu hình thành các nhóm dịch vụ từ cung ứng giống, kỹ thuật canh tác, thu hái cho đến chế biến, song phần lớn các hoạt động này vẫn vận hành ở quy mô hộ gia đình hoặc tổ hợp tác nhỏ. Việc thiếu hụt các quy chuẩn dịch vụ thống nhất dẫn đến chất lượng nguyên liệu và sản phẩm gia công ở một số thời điểm chưa thực sự đồng đều. Đặc biệt, lực lượng lao động thu hái và chế biến chuyên nghiệp phụ thuộc lớn vào tính thời vụ, đối mặt với rủi ro thiếu hụt lao động lành nghề vào các đợt cao điểm thu hoạch, gây ảnh hưởng trực tiếp đến phẩm cấp nguyên liệu chè tươi. Đánh giá về áp lực này trong đợt thu hoạch, đại diện một hộ sản xuất chè lâu năm tại xã Tân Cương chia sẻ: *"Vào đợt chè lứa chính, người làm hái thuê đắt hàng lắm, có khi phải đặt trước cả tuần. Nhiều lúc thiếu người, đành phải thuê lao động tự do không quen tay hái. Người ta hái dập búp hoặc hái lẫn lá già, mang về sao kiểu gì chè cũng bị chát và đỏ nước, ảnh hưởng ngay đến uy tín của xưởng." (Mẫu phỏng vấn mã CĐ – 05)*

- *Tính bền vững trong mối liên kết giữa cộng đồng - doanh nghiệp/HTX - Chính quyền chưa thực sự cao:* Mức độ phân phối lợi ích từ giá trị chè chưa đồng đều giữa các chủ thể. Phần lớn giá trị gia tăng cao thu được từ hoạt động chuẩn hóa OCOP, xây dựng thương hiệu, thiết kế bao bì và thương mại điện tử vẫn tập trung ở khối doanh nghiệp và HTX quy mô lớn. Trong khi đó, các hộ sản xuất nhỏ lẻ hoặc cung cấp lao động nhỏ vẫn chịu nhiều rủi ro thị trường và nhận về lợi ích thấp hơn. Bên cạnh đó, mối liên kết giữa người dân và doanh nghiệp đôi khi còn thiếu ràng buộc pháp lý chặt chẽ, dễ bị phá vỡ khi có sự biến động về giá chè nguyên liệu trên thị trường.

- *Mâu thuẫn giữa yêu cầu hiện đại hóa sản xuất và nguy cơ mai một tri thức bản địa*: Quá trình thương mại hóa và ứng dụng cơ giới hóa vào các khâu vò, sao, lấy hương chè đang tạo ra sức ép lớn đối với việc giữ gìn bản sắc thủ công truyền thống. Việc truyền dạy kinh nghiệm canh tác và chế biến chè chủ yếu thực hiện theo phương thức truyền miệng hoặc thực hành nội bộ gia đình, chưa được tài liệu hóa hay số hóa một cách bài bản. Trước xu hướng chuyển dịch lao động trẻ ra khỏi khu vực nông

nghiệp, vùng trà Tân Cương đang đứng trước nguy cơ suy giảm lực lượng kế thừa các bí quyết nghệ nhân - yếu tố cốt lõi tạo nên hương vị đặc trưng và giá trị văn hóa độc đáo của chè Tân Cương.

Những hạn chế kể trên cho thấy sự tham gia của cộng đồng địa phương tại Tân Cương tuy đã bước đầu mang lại những kết quả tích cực nhưng vẫn còn thiếu tính đồng bộ và chưa thực sự bền vững. Việc nhận diện rõ các rào cản thực trạng này là tiền đề quan trọng để luận văn tiếp tục đề xuất các giải pháp để vừa duy trì chất lượng và tính đặc hữu của chè Tân Cương, vừa nâng cao giá trị của sản phẩm do cộng đồng địa phương tạo ra.

2.2.3. Sản phẩm và dịch vụ du lịch

2.2.3.1. Hoạt động trải nghiệm du lịch nông nghiệp

Tại vùng trà Tân Cương, các hoạt động trải nghiệm có thể được xây dựng gắn với văn hóa trà và quy trình sản xuất chè truyền thống. Du khách có thể tham quan đồi chè, trực tiếp hái chè cùng người dân, tìm hiểu quy trình sao chè thủ công, thưởng trà và trải nghiệm không gian văn hóa trà đặc trưng của địa phương. Những hoạt động này không chỉ tạo sự hấp dẫn đối với du khách mà còn góp phần bảo tồn giá trị văn hóa truyền thống và nâng cao giá trị của sản phẩm trà Tân Cương. Ngoài giá trị giải trí, hoạt động trải nghiệm còn mang ý nghĩa giáo dục và nâng cao nhận thức cho du khách về sản xuất nông nghiệp, bảo vệ môi trường và gìn giữ văn hóa địa phương. Đồng thời, việc xây dựng các hoạt động trải nghiệm đặc sắc và mang tính tương tác cao sẽ giúp kéo dài thời gian lưu trú, gia tăng mức chi tiêu và nâng cao khả năng quay trở lại của du khách.

Hiện nay, tại vùng trà Tân Cương đã hình thành một số sản phẩm, dịch vụ du lịch nông nghiệp tiêu biểu, được thể hiện qua bảng sau:

Bảng 2.5. Các sản phẩm, dịch vụ DLNN ở vùng trà Tân Cương

	Sản phẩm, Dịch vụ	**Hoạt động chính**
1	Tham quan nương chè và checkin cảnh quan	Tổ chức tham quan, chụp ảnh tại các nương chè xanh ngát. Làm điểm dừng chân trong các tour du lịch Thái Nguyên.

2	Trải nghiệm trồng và chế biến trà	Tham gia trồng - hái chè trên đồi chè. Trải nghiệm quy trình sao, chế biến chè thủ công. Tìm hiểu tri thức trồng và chăm sóc chè truyền thống. Tham gia các hoạt động nông nghiệp cùng người dân, câu cá
3	Lưu trú và thưởng thức ẩm thực địa phương và ẩm thực chế biến từ trà	Nghỉ dưỡng và thư giãn tại các mô hình farmstay. Thưởng thức ẩm thực địa phương và ẩm thực được chế biến từ nguyên liệu Trà xanh
4	Trải nghiệm văn hóa trà	Tham quan Không gian văn hóa trà Tân Cương. Tham quan Làng nghề chè truyền thống. Trải nghiệm học cách pha trà - thưởng trà truyền thống. Tham gia các lễ hội, festival trà. Biểu diễn văn nghệ truyền thống
5	Dịch vụ mua sắm	Trưng bày, giới thiệu và bán các loại trà đặc sản (trà đinh, trà tôm nõn, trà móc câu…)

(Nguồn: Tác giả khảo sát và tổng hợp, 2026)

Các hoạt động du lịch nông nghiệp được thiết kế thành những lịch trình linh hoạt, giúp khách du lịch dễ dàng lựa chọn trải nghiệm trong thời gian từ nửa ngày, một ngày đến hai ngày. Lịch trình được cụ thể như sau:

- *Lịch trình nửa ngày (sáng/chiều):* Du khách đến nhà dân/ Hợp tác xã (HTX), bắt đầu hành trình tham quan và chụp ảnh tại khu vực nương chè, trải nghiệm hái chè. Tiếp đó, du khách di chuyển đến khu sản xuất và chế biến chè để tìm hiểu quy trình sản xuất. Tại đây, du khách được các nghệ nhân hướng dẫn kỹ thuật sao chè thủ công và trực tiếp trải nghiệm công đoạn sao chè bằng chảo gang theo cách truyền thống. Sau hoạt động trải nghiệm, du khách tự tay pha trà, thưởng thức sản phẩm và tìm hiểu về văn hóa trà truyền thống lâu đời, tham quan gian trưng bày sản phẩm Trà và mua làm quà tặng.

Kết thúc chương trình, du khách được thưởng thức các món ăn đặc sắc được chế biến từ trà xanh. Kết thúc hành trình khám phá và trải nghiệm.

- *Lịch trình 01 ngày:* Buổi sáng, chương trình được bắt đầu bằng hoạt động tham quan Không gian văn hóa Trà Tân Cương hoặc làng nghề chè truyền thống, nhằm giúp du khách tìm hiểu sâu hơn về quá trình hình thành và phát triển của nghề trồng chè cũng như văn hóa trà đặc trưng của Thái Nguyên. Tiếp đó, du khách di chuyển đến nhà dân/ Hợp tác xã để tham gia các hoạt động trải nghiệm, tham quan và chụp ảnh tại các đồi chè. Tại đây, du khách trực tiếp tham gia trải nghiệm hái chè theo tiêu chuẩn "một tôm, hai lá". Những búp chè tươi sau khi thu hái sẽ được đưa đến khu vực sản xuất và chế biến, du khách được tìm hiểu quy trình sản xuấtt, đồng thời được các nghệ nhân hướng dẫn kỹ thuật sao chè thủ công và trực tiếp thực hành sao chè bằng chảo gang theo phương pháp truyền thống. Vào buổi trưa, du khách thưởng thức các món ăn đặc sản địa phương, trong đó có những món được chế biến từ trà. Sau đó, đoàn nghỉ ngơi và thư giãn tại khu vực phòng nghỉ cộng đồng. Buổi chiều, du khách tiếp tục được các nghệ nhân hướng dẫn kỹ thuật pha trà chuẩn vị, tự tay pha trà và thưởng thức hương vị trà đặc trưng. Kết thúc chương trình, du khách tham quan các gian hàng trưng bày sản phẩm trà và mua sắm làm quà tặng cho người thân.

- *Lịch trình 02 ngày:* Lịch trình ngày 01 diễn ra tương tự như chương trình tour 1 ngày, tuy nhiên buổi trưa du khách sẽ nhận phòng nghỉ ngơi riêng, buổi tối đoàn dùng cơm tối, tham gia giao lưu văn nghệ với cộng đồng địa phương. Đoàn nghỉ đêm tại farmstay. Sáng ngày 02, đoàn dùng bữa sáng, sau đó đạp xe dạo quanh đồi chè, dạo quanh xã tận hưởng không khí trong lành hoặc câu cá. Tùy theo nhu cầu, du khách có thể lựa chọn trả phòng sớm để tiếp tục tham quan các điểm du lịch khác như khu bảo tồn làng nhà sàn sinh thái Thái Hải, khu du lịch Hồ Núi Cốc,.. hoặc tham gia các hoạt động cùng người dân như trồng rau, chăn gà, câu cá,…

Các chương trình được thiết kế linh động, có thể thay đổi theo yêu cầu của du khách cũng như tùy tính chất riêng từng đối tượng khách hàng. Giá thành chương trình trải nghiệm tương đối ổn định, chương trình nửa ngày dao động từ 150.000 – 200.000VNĐ/khách, chương trình 01 ngày giá từ 400.000 – 500.000 VNĐ/khách, chương trình 02 ngày giá từ 800.000 VNĐ – 1.000.000 VNĐ/khách,… Mức giá tùy theo số lượng khách, cũng như yêu cầu chi tiết của từng chương trình. Các hoạt động du lịch nông nghiệp được xây dựng với lịch trình linh hoạt từ nửa ngày đến hai ngày, mang đến

cho du khách nhiều lựa chọn phù hợp với thời gian và nhu cầu trải nghiệm. Đối với các sản phẩm lưu niệm, đặc sản, có các dòng Trà từ bình dân đến cao cấp. Giá thành từ 200.000VNĐ/kg – 3.000.000VNĐ/kg. Bên cạnh đó, địa phương còn phát triển nhiều sản phẩm chế biến từ trà như bột matcha, kẹo lạc trà xanh và hoa trà sấy khô, góp phần làm phong phú danh mục đặc sản địa phương. Toàn bộ các sản phẩm này đều được người dân địa phương trực tiếp sản xuất và chế biến, thể hiện sự gắn kết giữa hoạt động kinh tế với gìn giữ và phát huy giá trị văn hóa bản địa. Thông qua các hoạt động du khách không chỉ được khám phá vẻ đẹp thiên nhiên mà còn hiểu sâu sắc hơn về văn hóa trà đặc trưng. Những trải nghiệm này góp phần tạo nên hành trình ý nghĩa, kết hợp hài hòa giữa tham quan, trải nghiệm và nghỉ dưỡng.

Bên cạnh việc xem xét các hoạt động trải nghiệm đang được tổ chức tại địa bàn nghiên cứu, việc phân tích nhu cầu và hành vi của du khách có ý nghĩa quan trọng trong đánh giá thực trạng hoạt động trải nghiệm du lịch nông nghiệp. Trên cơ sở kết quả khảo sát 286 du khách, nghiên cứu tập trung xem xét nhu cầu đối với các hoạt động trải nghiệm nông nghiệp và thời gian du khách dành cho hoạt động trải nghiệm. Kết quả được thể hiện qua bảng sau.

Bảng 2.6. Nhu cầu và thời gian tham gia hoạt động trải nghiệm du lịch nông nghiệp của du khách

STT	Nội dung	Số lượng	Tỷ lệ
1	**Nhu cầu trải nghiệm các hoạt động DLNN**	**n = 286**	**100%**
	Trải nghiệm hái chè cùng người dân	130	45,5%
	Trải nghiệm lưu trú cùng người dân	84	29,4 %
	Tham quan đồi chè	114	39,9%
	Chụp ảnh, checkin cảnh quan vùng trà	115	40,2 %
	Tham gia các hoạt động văn hóa – lễ hội	95	33,2 %
	Tìm hiểu quy trình sản xuất	99	34,6%
	Thưởng trà và thưởng thức ẩm thực	111	38,8%

	Mua đặc sản trà về làm quà	83	29,0%
2	**Thời gian tham quan, trải nghiệm**	**n = 286**	**100%**
	Một buổi (sáng/chiều)	92	32,2 %
	1 ngày	147	51,4 %
	2 ngày	47	16,4 %

(Nguồn: Tác giả khảo sát, 2026)

Người trả lời được chọn nhiều phương án; tỷ lệ tính trên (N=286), do đó tổng tỷ lệ các phương án không nhất thiết bằng 100%.

Nhu cầu trải nghiệm DLNN của du khách khá đa dạng, trong đó nổi bật là các hoạt động trực tiếp gắn với sản xuất và không gian vùng trà. Cụ thể, trải nghiệm hái chè cùng người dân có tỷ lệ lựa chọn cao nhất với 45,5%, tiếp đến là chụp ảnh, check-in cảnh quan vùng trà (40,2%) và tham quan đồi chè (39,9%). Hoạt động thưởng trà và thưởng thức ẩm thực đạt 38,8%, trong khi tìm hiểu quy trình sản xuất đạt 34,6% và tham gia các hoạt động văn hóa – lễ hội đạt 33,2%. Hai nhu cầu có tỷ lệ thấp hơn là lưu trú cùng người dân (29,4%) và mua đặc sản trà làm quà (29,0%). Kết quả cho thấy giá trị hấp dẫn chủ yếu của du lịch nông nghiệp vùng chè nằm ở trải nghiệm và tương tác hơn là hoạt động mua sắm đơn thuần.

Về thời gian tham quan, trải nghiệm, 1 ngày là lựa chọn phổ biến nhất với 51,4%, tiếp đến là một buổi (32,2%) và 2 ngày (16,4%) .Điều này cho thấy hoạt động trải nghiệm du lịch nông nghiệp tại vùng trà Tân Cương chủ yếu được du khách tiếp cận thông qua các chương trình ngắn ngày.

Theo kết quả điều tra, trong năm 2025, số lượng khách tới tham quan các HTX ở mức khá, cụ thể như HTX Hảo Đạt có 32.306 lượt khách, HTX Tiến Yên có 10.523 lượt khách, HTX Thái Sinh có khoảng 15.000 lượt khách,…cao hơn so với những năm trở về trước. Tuy nhiên, lượng khách này đa số khách Việt Nam, đến từ các tỉnh lân cận, lượng khách quốc tế còn hạn chế (UBND xã Tân Cương, 2026). Tuy nhiên, cơ cấu khách du lịch còn mất cân đối: Phần lớn là khách nội địa đến từ thành phố Thái Nguyên, các khu công nghiệp lân cận và thủ đô Hà Nội, trong khi lượng khách quốc tế còn rất hạn chế, chủ yếu chỉ mang tính ghé thăm ngẫu nhiên chưa thành luồng khách ổn định.

Để đánh giá cụ thể hơn mức độ hấp dẫn và chất lượng của các hoạt động trải nghiệm này, tác giả cũng đã khảo sát ý kiến của du khách thông qua các tiêu chí cụ thể. Kết quả được tổng hợp trong bảng dưới đây:

Bảng 2.7. Đánh giá của du khách về hoạt động trải nghiệm DLNN

STT	Tiêu chí	Số phiếu ở mỗi thang điểm					Trọng số TB (n=286)
		1	2	3	4	5	
1	Các hoạt động trải nghiệm trà đa dạng.	10	40	101	103	32	**3,37**
2	Nội dung trải nghiệm gắn với thực tế sản xuất trà	11	50	96	99	30	**3,30**
3	Hoạt động trải nghiệm mang tính đặc trưng vùng trà	15	60	93	68	50	**3,27**
4	Chương trình tham quan hấp dẫn	11	41	101	94	39	**3,38**
5	Thời gian trải nghiệm hợp lý	16	55	97	88	30	**3,21**
6	Chất lượng dịch vụ du lịch tốt	15	45	101	81	44	**3,33**

(Nguồn: Tác giả khảo sát, 2026)

Các tiêu chí đánh giá hoạt động trải nghiệm DLNN tại vùng trà Tân Cương đạt từ 3,21–3,38 điểm, nhìn chung ở mức khá nhưng chưa thực sự nổi bật.

Trong đó, "Chương trình tham quan hấp dẫn" đạt 3,38 điểm, cao nhất, cho thấy nội dung và cách tổ chức chương trình bước đầu tạo được sự quan tâm của du khách. Tiếp đến, "Các hoạt động trải nghiệm trà đa dạng" đạt 3,37 điểm và "Chất lượng dịch vụ du lịch tốt" đạt 3,33 điểm, phản ánh hoạt động trải nghiệm đã dần có sự đa dạng nhất định và chất lượng dịch vụ cơ bản đáp ứng nhu cầu.

Tiêu chí "Nội dung trải nghiệm gắn với thực tế sản xuất trà" đạt 3,30 điểm, cho

thấy yếu tố nông nghiệp đã từng bức được đưa vào hoạt động trải nghiệm. “Hoạt động trải nghiệm mang tính đặc trưng vùng trà” đạt 3,27 điểm, trong khi “Thời gian trải nghiệm hợp lý” đạt thấp nhất với 3,21 điểm. Kết quả này cho thấy cần tăng cường tính đặc trưng của sản phẩm và nghiên cứu cách thiết kế thời lượng, lịch trình trải nghiệm phù hợp hơn với nhu cầu du khách.

Nhìn chung, hoạt động trải nghiệm DLNN tại Tân Cương đã hình thành nhưng mức độ khác biệt và tính chuyên nghiệp chưa cao. Do đó để gia tăng tính cạnh tranh và nâng cao mức độ hài lòng của du khách, địa phương cần tiếp tục đổi mới nội dung trải nghiệm theo hướng chuyên sâu hơn, tăng cường sự tham gia trực tiếp của du khách vào các công đoạn sản xuất chè, kết hợp với các hoạt động văn hóa bản địa để nâng cao chất lượng tổ chức chương trình trải nghiệm, đồng thời phân bổ thời gian hợp lý cho các đối tượng khách hàng khác nhau, đặc biệt theo hướng tour 1 ngày phù hợp với nhu cầu của phần lớn du khách.

Cùng với hoạt động trải nghiệm, sự tham gia trực tiếp của cộng đồng địa phương có vai trò quan trọng trong việc hình thành và nâng cao chất lượng trải nghiệm của du khách. Từ những nguồn lực sẵn có của nghề trồng và chế biến chè, các hộ dân và hợp tác xã từng bước chuyển hóa các giá trị nông nghiệp thành những sản phẩm và hoạt động trải nghiệm phù hợp với nhu cầu của du khách. Trên cơ sở sản phẩm chè và không gian sản xuất nông nghiệp sẵn có, cộng đồng địa phương từng bước phát triển các sản phẩm du lịch gắn với trải nghiệm nghề chè. Nhiều hộ dân và hợp tác xã khai thác vườn chè, cơ sở chế biến và văn hóa trà để tổ chức các hoạt động như tham quan vùng nguyên liệu, tìm hiểu quy trình chăm sóc, thu hái chè, thực hành sao, vò, sấy và đóng gói sản phẩm. Du khách còn được hướng dẫn pha, thưởng trà và tìm hiểu văn hóa, nghề truyền thống gắn với cây chè Tân Cương. Qua đó, cộng đồng không chỉ cung cấp sản phẩm trà mà còn chuyển hóa quá trình sản xuất và tri thức bản địa thành trải nghiệm du lịch.

Bên cạnh các hoạt động trải nghiệm, một số cơ sở từng bước bổ sung các dịch vụ hỗ trợ như không gian thưởng trà, trưng bày và bán sản phẩm chè, sản phẩm OCOP, điểm check-in, không gian văn hóa trà, lưu trú homestay và dịch vụ ăn uống. Một số cơ sở còn tổ chức giao lưu văn nghệ, giới thiệu văn hóa cộng đồng và bán sản phẩm lưu niệm gắn với vùng trà. Những hoạt động này góp phần đa dạng hóa sản phẩm du lịch, đáp ứng nhu cầu trải nghiệm của du khách và tạo thêm nguồn thu, việc làm cho cộng đồng địa phương. Tuy nhiên, mức độ đa dạng và chất lượng cung cấp dịch vụ giữa các

cơ sở còn chưa đồng đều, nhất là về kỹ năng nghiệp vụ và khả năng phục vụ các nhóm khách khác nhau.

Kết quả phỏng vấn sâu với các hộ sản xuất chè, người dân tham gia hoạt động du lịch tại vùng trà Tân Cương cho thấy cộng đồng địa phương giữ vai trò trung tâm trong quá trình phát triển du lịch nông nghiệp. Phần lớn người được phỏng vấn cho biết hoạt động chính của gia đình vẫn là trồng, chế biến và kinh doanh chè, trong khi hoạt động du lịch mới được phát triển trong những năm gần đây nhằm gia tăng giá trị sản phẩm và đa dạng hóa nguồn thu nhập. Một chủ hộ sản xuất chia sẻ: *"Trước đây gia đình chỉ bán chè, nhưng vài năm gần đây có nhiều đoàn khách đến tham quan nên chúng tôi kết hợp hướng dẫn khách hái chè, sao chè và thưởng trà. Khách vừa được trải nghiệm, vừa mua sản phẩm mang về nên giá trị của chè cũng cao hơn."(Mẫu phỏng vấn Mã CĐ – 08).* Điều này cho thấy người dân đã từng bước chuyển từ tư duy bán sản phẩm sang cung cấp các trải nghiệm gắn với sản phẩm nông nghiệp để nâng cao giá trị kinh tế và sức hấp dẫn của du lịch nông nghiệp. Cũng tại địa phương, người dân chủ yếu phục vụ khách dựa trên kinh nghiệm thực tế, chưa được đào tạo bài bản về nghiệp vụ du lịch, nhất là ngoại ngữ. Một người dân cho biết: *"Khách trong nước thì mình giới thiệu khá thuận lợi, nhưng nếu có khách nước ngoài thì phải nhờ hướng dẫn viên hỗ trợ phiên dịch vì bản thân không biết ngoại ngữ." (Mẫu phỏng vấn Mã CĐ – 01).* Kết quả phỏng vấn người dân cũng cho biết quá trình tham gia phát triển du lịch nông nghiệp còn gặp nhiều khó khăn như lượng khách chưa ổn định, hoạt động du lịch mang tính thời vụ, thiếu nguồn vốn để đầu tư mở rộng dịch vụ, kỹ năng ngoại ngữ và nghiệp vụ du lịch còn hạn chế. Người dân bày tỏ mong muốn chính quyền và các cơ quan chuyên môn tăng cường tổ chức các lớp tập huấn về kỹ năng phục vụ khách, ngoại ngữ, truyền thông, đồng thời hỗ trợ quảng bá điểm đến, kết nối với doanh nghiệp lữ hành và đầu tư đồng bộ cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất kĩ thuật để tạo điều kiện thuận lợi hơn cho cộng đồng tham gia phát triển du lịch nông nghiệp. *(Mẫu phỏng vấn Mã CĐ – 01, CĐ – 05, CĐ – 07)*

Cộng đồng địa phương không chỉ là chủ thể gìn giữ di sản nghề trà mà còn là lực lượng trực tiếp cung ứng các dịch vụ du lịch tại điểm đến. Chất lượng trải nghiệm của du khách phụ thuộc rất lớn vào thái độ, kỹ năng phục vụ và năng lực giao tiếp của người dân. Để có cái nhìn khách quan về mức độ tham gia của cộng đồng địa phương trong phát triển du lịch nông nghiệp ở vùng trà Tân Cương, tác giả đã khảo sát ý kiến của du khách. Kết quả khảo sát được tổng hợp trong Bảng 2.8:

Bảng 2.8. Đánh giá của du khách về sự tham gia và năng lực phục vụ du lịch của cộng đồng địa phương

STT	Tiêu chí	Số phiếu ở mỗi thang điểm					Trọng số TB (n=286)
		1	2	3	4	5	
1	Người dân địa phương tích cực tham gia các hoạt động du lịch nông nghiệp	8	33	77	94	74	**3,67**
2	Người dân địa phương tham gia bảo tồn văn hóa và nghề truyền thống phục vụ du lịch.	12	24	69	99	82	**3,75**
3	Người dân địa phương tích cực tham gia quảng bá về du lịch địa phương	10	30	96	109	41	**3,49**
4	Người dân địa phương có khả năng sử dụng ngoại ngữ để phục vụ khách quốc tế	11	87	129	56	3	**2,84**
5	Người dân nắm rõ các thông tin về thị trường du lịch địa phương	11	41	105	98	31	**3,34**
6	Người dân có thể cung cấp những trải nghiệm tích cực cho du khách	7	21	90	113	55	**3,66**
7	Người dân ở điểm du lịch thành thạo công việc	9	39	93	96	49	**3,48**
8	Người dân có nhận thức tốt về du lịch	14	31	70	81	90	**3,71**
9	Người dân có kỹ năng giao tiếp						

	tốt	12	41	75	93	65	**3,55**
10	Người dân ở điểm du lịch thân thiện, hướng dẫn, giải đáp nhiệt tình	7	26	59	107	87	**3,84**

(Nguồn: Tác giả khảo sát, 2026)

Kết quả khảo sát cho thấy các tiêu chí đánh giá sự tham gia và năng lực phục vụ du lịch của cộng đồng địa phương đạt từ 2,84 - 3,84 điểm, có sự chênh lệch tương đối rõ giữa các tiêu chí. Nhìn chung, cộng đồng đã có sự tham gia và thái độ phục vụ khá tích cực, nhưng năng lực chuyên môn và khả năng đáp ứng một số yêu cầu của khách du lịch quốc tế còn hạn chế.

Trong đó, "Người dân ở điểm du lịch thân thiện, hướng dẫn, giải đáp nhiệt tình" đạt 3,84 điểm, cao nhất, cho thấy thái độ và sự hiếu khách là một thế mạnh của cộng đồng địa phương. Tiếp đến, "tham gia bảo tồn văn hóa và nghề truyền thống phục vụ du lịch" đạt 3,75 điểm và "có nhận thức tốt về du lịch" đạt 3,71 điểm, phản ánh cộng đồng đã có ý thức nhất định trong việc gắn hoạt động du lịch với bảo tồn các giá trị văn hóa địa phương. Khả năng cung cấp trải nghiệm tích cực cho du khách đạt 3,66 điểm, cũng cho thấy vai trò của người dân trong trực tiếp tạo ra sản phẩm trải nghiệm ngày càng rõ hơn.

Các tiêu chí tham gia hoạt động DLNN (3,67 điểm), kỹ năng giao tiếp (3,55 điểm), quảng bá du lịch địa phương (3,49 điểm) và mức độ thành thạo công việc (3,48 điểm) được đánh giá ở mức khá. Tuy nhiên, khả năng nắm bắt thông tin về thị trường du lịch chỉ đạt 3,34 điểm, cho thấy cộng đồng còn hạn chế trong việc tiếp cận thông tin về nhu cầu, xu hướng và thị trường khách. Đáng chú ý, khả năng sử dụng ngoại ngữ để phục vụ khách quốc tế chỉ đạt 2,84 điểm, thấp nhất trong 10 tiêu chí. Đây là hạn chế nổi bật về năng lực phục vụ, đặc biệt nếu Tân Cương định hướng mở rộng thị trường khách quốc tế.

Nhìn chung, cộng đồng địa phương là một trong những yếu tố thuận lợi của DLNN Tân Cương nhờ sự thân thiện, tinh thần tham gia và ý thức bảo tồn văn hóa. Tuy nhiên, để nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch và đáp ứng tốt hơn nhu cầu của thị trường, cần chú trọng nâng cao năng lực cho người dân thông qua các chương trình đào tạo về nghiệp vụ du lịch, kỹ năng giao tiếp, kiến thức thị trường và đặc biệt là ngoại ngữ.

Đây sẽ là yếu tố quan trọng góp phần phát huy vai trò của cộng đồng trong phát triển du lịch nông nghiệp theo hướng bền vững.

2.2.3.2. Về cơ sở vật chất kĩ thuật du lịch

Hệ thống cơ sở lưu trú là yếu tố quan trọng trong việc đáp ứng nhu cầu nghỉ ngơi của du khách. Theo thống kê của Sở VHTT & Du lịch Thái Nguyên, giai đoạn 2021 - 2025, tổng số cơ sở lưu trú du lịch trên địa bàn tỉnh Thái Nguyên tăng bình quân khoảng 10%/năm. Hiện nay, toàn tỉnh có 785 cơ sở lưu trú du lịch, trong đó có 94 khách sạn, 691 nhà nghỉ du lịch và nhà ở có phòng cho khách du lịch thuê. Tuy nhiên, phần lớn các cơ sở lưu trú này tập trung tại khu vực phường Phan Đình Phùng - trung tâm tỉnh Thái Nguyên hoặc các khu du lịch lớn như Hồ Núi Cốc. Trong khi đó, tại vùng trà Tân Cương, số lượng cơ sở lưu trú phục vụ du khách còn khá hạn chế. Loại hình lưu trú chuyên nghiệp tại vùng trà Tân Cương gần như chưa phát triển (không có khách sạn lớn). Phần lớn du khách đến tham quan khu vực này thường lựa chọn lưu trú tại các khách sạn ở trung tâm và thực hiện chuyến tham quan trong ngày. Một số mô hình homestay, farmstay đã bắt đầu hình thành tại khu vực Tân Cương, tiêu biểu như các hợp tác xã chè kết hợp với du lịch trải nghiệm như HTX chè Hảo Đạt, HTX chè Thái Sinh, Tiến Yên Farmstay… Các phòng nghỉ tại các cơ sở lưu trú có lợi thế về cảnh quan, với tầm nhìn hướng ra đồi chè xanh và môi trường không khí trong lành, mang lại cho du khách cảm giác thư thái và gần gũi với thiên nhiên. Lưu trú đa dạng với các hạng phòng từ đơn, đôi cho đến phòng nghỉ cộng đồng, giá thành từ 800.000đ – 1.000.000đ/phòng/đêm đáp ứng nhu cầu của từng đối tượng khách. Tuy nhiên, quy mô của các cơ sở này còn tương đối nhỏ, với sức chứa trung bình khoảng 35–40 khách mỗi lượt. Bên cạnh đó, cơ sở vật chất chưa được đầu tư đồng bộ, do đó chưa đáp ứng đầy đủ nhu cầu lưu trú của các đoàn khách có quy mô lớn.

Về cơ sở phục vụ ăn uống, toàn tỉnh hiện có trên 4.700 nhà hàng và các dịch vụ ăn uống phục vụ lưu động với trên 100 nhà hàng có sức chứa lớn, tuy nhiên tại khu vực này không có nhà hàng lớn, khách du lịch thường lựa chọn dùng bữa trưa tại các homestay, farmstay kết hợp với việc thưởng thức các món ăn đặc sản địa phương được chế biến cùng hoặc có sử dụng nguyên liệu từ trà. Dịch vụ ăn uống có giá thành từ 150.000đ – 300.000đ/người/suất, có không gian tổ chức tiệc BBQ ngoài trời theo yêu cầu. Khu vực ăn tại các cơ sở lưu trú sạch sẽ, thoáng mát, đảm bảo vệ sinh an toàn thực phẩm. "*Tuy nhiên, quy mô phục vụ còn tương đối hạn chế, với công suất tối đa khoảng 100*

khách mỗi lượt, do đó chưa đáp ứng được nhu cầu của các đoàn khách có số lượng lớn. Vì vậy, sau khi tham gia các hoạt động trải nghiệm nông nghiệp tại địa phương, nhiều du khách sẽ lựa chọn di chuyển đến các điểm có dịch vụ ăn uống quy mô hơn như Khu bảo tồn Làng nhà sàn dân tộc sinh thái Thái Hải, khu du lịch Hồ Núi Cốc hoặc các nhà hàng tại khu vực trung tâm để dùng bữa chính" (Mẫu phỏng vấn Mã CB – 01)

Về dịch vụ bổ sung, nhiều hộ kinh doanh đã kết hợp kinh doanh các sản phẩm OCOP, trà đặc sản, quà lưu niệm và đặc sản địa phương nhằm đáp ứng nhu cầu mua sắm của du khách. Đối với các đoàn khách, một số hợp tác xã và doanh nghiệp đã cung cấp dịch vụ tổ chức hội nghị, hội thảo, trải nghiệm tập thể và các chương trình teambuilding quy mô nhỏ gắn với không gian sinh thái vùng chè. Tuy nhiên, hệ thống dịch vụ bổ sung tại vùng trà Tân Cương vẫn còn nhiều hạn chế. Các loại hình vui chơi, giải trí, chăm sóc sức khỏe số lượng hạn chế, chưa phát triển và đáp ứng được nhu cầu đa dạng của nhiều phân khúc khách du lịch.

Cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch là một trong những yếu tố quan trọng ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng trải nghiệm của du khách tại điểm đến. Thực trạng cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch ở vùng trà Tân Cương được phản ánh thông qua đánh giá của 286 du khách, kết quả được trình bày trong bảng 2.9:

Bảng 2.9. Đánh giá của du khách về cơ sở vật chất kĩ thuật du lịch

STT	Tiêu chí đánh giá	Số phiếu ở mỗi thang điểm					Trọng số TB (n=286)
		1	2	3	4	5	
1	Có nhiều cửa hàng sản phẩm lưu niệm nông nghiệp	7	57	125	81	16	**3,15**
2	Cơ sở lưu trú gắn với phong cách vùng nông thôn, nông nghiệp	13	46	135	75	17	**3,13**
3	Có nhiều cơ sở ăn uống						

	đặc sản ở điểm DLNN	8	28	133	101	16	**3,31**
4	Cơ sở lưu trú có cảnh quan đẹp	10	49	107	93	27	**3,27**

(Nguồn: Tác giả khảo sát, 2026)

Các tiêu chí đánh giá cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch ở vùng trà Tân Cương đạt từ 3,13 - 3,31 điểm, nhìn chung ở mức trung bình khá. Điều này cho thấy hệ thống cơ sở vật chất đã bước đầu đáp ứng nhu cầu của du khách nhưng chưa thực sự đồng bộ và đa dạng.

Trong đó, "Có nhiều cơ sở ăn uống đặc sản ở điểm DLNN" đạt 3,31 điểm, cao nhất, cho thấy dịch vụ ăn uống đã có sự hiện diện tương đối rõ và có khả năng gắn với đặc sản địa phương. Cơ sở lưu trú có cảnh quan đẹp đạt 3,27 điểm, phản ánh tiềm năng khai thác không gian nông nghiệp cho các loại hình lưu trú trải nghiệm.

Tiêu chí "Có nhiều cửa hàng sản phẩm lưu niệm nông nghiệp" đạt 3,15 điểm, trong khi "Cơ sở lưu trú gắn với phong cách vùng nông thôn, nông nghiệp" đạt thấp nhất với 3,13 điểm. Kết quả này cho thấy các dịch vụ bổ trợ như mua sắm sản phẩm đặc trưng và lưu trú mang bản sắc nông nghiệp vẫn còn hạn chế về số lượng và mức độ chuyên nghiệp.

Nhìn chung, có thể nhận thấy cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch ở vùng trà Tân Cương đã hình thành góp phần đáp ứng nhu cầu tham quan, trải nghiệm và sử dụng các dịch vụ của du khách, tuy nhiên chưa đáp ứng đầy đủ yêu cầu phát triển DLNN theo hướng chuyên nghiệp. Cơ sở lưu trú có quy mô nhỏ, số lượng còn ít và chưa đủ khả năng phục vụ các đoàn khách lớn; cơ sở ăn uống chủ yếu đáp ứng nhu cầu của khách lẻ hoặc nhóm nhỏ; các dịch vụ bổ sung như vui chơi giải trí, chăm sóc sức khỏe, tổ chức sự kiện còn thiếu và chưa đa dạng. Cần tăng cường phát triển farmstay, cơ sở lưu trú gắn với cảnh quan vùng trà, điểm bán sản phẩm OCOP và quà tặng từ trà, đồng thời nâng cao chất lượng dịch vụ ăn uống, nằm nâng cao chất lượng dịch vụ, kéo dài thời gian lưu trú, gia tăng mức chi tiêu của du khách và nâng cao năng lực cạnh tranh của du lịch nông nghiệp vùng trà Tân Cương trong thời gian tới.

2.2.3.3. Công tác quảng bá, xúc tiến

Trong những năm gần đây, thị trường khách du lịch nội địa tại tỉnh Thái Nguyên có xu hướng gia tăng đáng kể, phản ánh quá trình phục hồi và phát triển trở lại của ngành

du lịch địa phương trong bối cảnh hậu đại dịch Covid-19. Năm 2025 được xem là giai đoạn ghi nhận nhiều chuyển biến tích cực của ngành du lịch tỉnh Thái Nguyên, Theo Sở VHTT & Du lịch tỉnh Thái Nguyên, trong năm 2025, địa phương đã đón trên 7,3 triệu lượt khách, tổng doanh thu từ du lịch đạt khoảng 7.446 tỷ đồng. Điều đó thể hiện việc phối hợp tổ chức tốt các chương trình, hoạt động văn hoá, thể thao và xúc tiến du lịch thu hút du khách đến tham quan, trải nghiệm. Một số hoạt động chính được thực hiện như xây dựng hệ thống Cổng thông tin du lịch thông minh tỉnh Thái Nguyên nhằm hỗ trợ cung cấp, quản lý và khai thác thông tin du lịch địa phương một cách hiệu quả. Hệ thống bao gồm website mythainguyen.vn và ứng dụng di động Thai Nguyen Tourism, hoạt động trên các thiết bị thông minh. Thông qua hệ thống, du khách có thể dễ dàng truy cập và tìm kiếm các thông tin liên quan đến du lịch địa phương như lịch sử, văn hóa, các danh lam thắng cảnh, cơ sở lưu trú, giá phòng khách sạn, nhà hàng, địa điểm mua sắm, bệnh viện, bến xe, cây ATM và nhiều dịch vụ tiện ích khác.

Trong thời gian qua, hoạt động truyền thông và quảng bá du lịch của tỉnh nói chung đã đạt được nhiều kết quả tích cực với hơn 175 tin bài, 930 hình ảnh và 113 video đã được đăng tải trên các nền tảng truyền thông, thu hút trên 7,5 triệu lượt truy cập thông qua các kênh như website, Zalo, Facebook, YouTube và TikTok. Bên cạnh đó, tỉnh Thái Nguyên còn phối hợp với Đài Truyền hình Việt Nam và các hãng hàng không để triển khai các hoạt động quảng bá hình ảnh địa phương trên phạm vi toàn quốc, góp phần nâng cao mức độ nhận diện và thu hút khách du lịch. (MyThaiNguyen, 2025). Ngoài ra, tỉnh Thái Nguyên tích cực tham gia Hội chợ Du lịch quốc tế VITM Hà Nội, tham gia Hội nghị Xúc tiến quảng bá du lịch Thái Nguyên tại Hải Phòng với chủ đề "Trải nghiệm xứ trà, đậm đà bản sắc" giới thiệu tiềm năng du lịch của tỉnh, trong đó có sản phẩm du lịch nông nghiệp trải nghiệm vùng chè Tân Cương.

Bên cạnh đó, Sở Văn hóa - Thể thao và Du lịch tỉnh Thái Nguyên thường xuyên tổ chức các chương trình farmtrip nhằm khảo sát, đánh giá tiềm năng và quảng bá các điểm đến du lịch trên địa bàn tỉnh. Lễ hội Hương sắc danh trà cũng được quan tâm và tổ chức hàng năm với các hoạt động như: trưng bày, trải nghiệm văn hóa trà, các mini show nghệ thuật, cuộc thi và trưng bày ảnh nghệ thuật, trình diễn pha trà của các đoàn trà, nghệ nhân, đấu giá các sản phẩm trà đạt giải cùng KOLs nổi tiếng, thi các gian hàng trưng bày trà đẹp... Việc tổ chức lễ hội thường niên nhằm phát huy tiềm năng, lợi thế của tỉnh đối với cây chè, và là giải pháp đẩy mạnh phát triển du lịch nông nghiệp tại vùng trà Tân

Cương.

Tác giả Nguyễn Thế Hải và cộng sự (2023) cũng đã có nghiên cứu về thực trạng ứng dụng công nghệ thông tin tại các hợp tác xã, trang trại du lịch nông nghiệp trong quảng cáo và bán hàng của một số HTX ở vùng trà Tân Cương. Kết quả nghiên cứu được trình bày dưới đây:

Bảng 2.10. Thực trạng ứng dụng công nghệ thông tin tại các hợp tác xã, *trang trại du lịch nông nghiệp trong quảng cáo và bán hàng*

Điểm nghiên cứu	Loại hình kinh doanh	Website	Fanpage	Người phụ trách thông tin
Hợp tác xã chè Hảo Đạt	Trải nghiệm, thăm quan, bán sản phẩm chè. Có khu trưng bày sản phẩm	Hoạt động tốt, có quét mã sản phẩm, thông tin sản phẩm, số điện thoại liên hệ, bài viết cập nhật theo tuần	Có fanpage, đăng tải thông tin thường xuyên	Có cán bộ chuyên phụ trách website, fanpage
Hợp tác xã Tâm Thái Trà	Có khu trưng bày sản phẩm. Không có khu trải nghiệm, thăm quan	Có thông tin sản phẩm, thông tin hợp tác xã. Bài gần nhất tháng 12.2021	Có fanpage, có đăng tải thông tin thường xuyên	Không có cán bộ chuyên trách, fanpage của cá nhân
Hợp tác xã Thắng Hường	Có khu trải nghiệm, khu trưng bày sản phẩm	Có thông tin sản phẩm, thông tin hợp tác xã. Có số điện thoại liên hệ. Bài viết cập nhật đến tháng 2.2022	Có fanpage, có đăng tải thông tin thường xuyên	Không có cán bộ chuyên trách cho website, có cán bộ chuyên fanpage

(Nguồn: Nguyễn Thế Hải và cộng sự, 2023).

Theo kết quả khảo sát của Nguyễn Thế Hải và cộng sự (2023): "*Hợp tác xã chè Hảo Đạt là có cán bộ phụ trách website, fanpage, các thông tin được cập nhật. Hợp tác xã Tâm Thái Trà có website nhưng thông tin chưa được cập nhật. Các homestay, farm còn lại đều không có website, thông tin đều được đăng tải trên fanpage hoặc Facebook cá nhân. Trên fanpage đăng đều đặn và thông tin thường xuyên được cập nhật có, hợp tác xã Tâm Thái Trà, hợp tác xã Thắng Hường, còn lại đều đưa thông tin ít, không đều. Nghiên cứu cho thấy, một số chủ trang trại, hợp tác xã chưa thực sự quan tâm và đầu tư cho website, một phần do một số trang trại không có nhân lực chuyên quản trị website, fanpage, một phần do chính các chủ cơ sở chưa thấy được mức độ quan trọng của công nghệ thông tin*".

Để làm rõ hơn thực trạng hoạt động xúc tiến và quảng bá du lịch nông nghiệp ở địa phương, tác giả đã tiến hành phỏng vấn sâu HTX tham gia kinh doanh du lịch. Kết quả phỏng vấn sâu cho biết rằng đơn vị này là một trong những hợp tác xã tiên phong triển

khai dịch vụ trải nghiệm du lịch nông nghiệp gắn với văn hóa trà dành cho du khách. Từ đó, HTX cũng tích cực đẩy mạnh hoạt động truyền thông và quảng bá thông qua việc hợp tác với các KOLs. Bên cạnh đó, HTX còn triển khai các hoạt động quảng cáo trực tuyến trên nền tảng Facebook với trang fanpage thu hút khoảng 1.900 người theo dõi, đồng thời phát triển kênh TikTok với gần 5.000 lượt theo dõi. Những hoạt động này góp phần nâng cao mức độ nhận diện thương hiệu và thu hút sự quan tâm của du khách đối với các sản phẩm du lịch nông nghiệp tại địa phương. (*Mẫu phỏng vấn Mã DN - 01, DN - 02).* Tuy nhiên, bên cạnh đó, một số hộ kinh doanh chưa thực sự chú trọng đến việc phát triển và đầu tư cho các kênh truyền thông trực tuyến. *Nguyên nhân chủ yếu xuất phát từ việc nhiều chủ hộ có độ tuổi tương đối cao và còn hạn chế trong việc tiếp cận, ứng dụng công nghệ thông tin vào hoạt động quảng bá* (*Mẫu phỏng vấn Mã DN - 03)*

Để đánh giá hiệu quả của hoạt động xúc tiến - quảng bá dưới góc nhìn của du khách, tác giả cũng đã khảo sát các tiêu chí liên quan đến mức độ tiếp cận thông tin, nội dung quảng bá và hiệu quả của các kênh truyền thông. Kết quả được tổng hợp và trình bày trong bảng 2.11:

Bảng 2.11. Đánh giá của du khách về hoạt động xúc tiến – quảng bá

STT	Tiêu chí	Số phiếu ở mỗi thang điểm					Trọng số TB (n=286)
		1	2	3	4	5	
1	Dễ dàng tìm thấy thông tin về du lịch vùng trà Tân Cương	10	51	126	86	13	**3,14**
2	Hình ảnh điểm đến được quảng bá hấp dẫn	8	56	149	65	8	**3,03**
3	Điểm đến có thương hiệu du lịch về trà rõ ràng	12	42	125	90	17	**3,20**
4	Các kênh truyền thông du lịch đa dạng	10	48	154	70	4	**3,03**

5	Thông tin quảng bá giúp tôi quyết định tham quan	14	62	139	65	6	**2,95**
6	Hoạt động quảng bá trên mạng xã hội thu hút du khách	7	46	142	80	10	**3,13**

(Nguồn: Tác giả khảo sát, 2026)

Kết quả khảo sát cho thấy các tiêu chí đánh giá hoạt động xúc tiến – quảng bá du lịch vùng trà Tân Cương đạt từ 2,95–3,20 điểm, thấp hơn so với một số nhóm tiêu chí khác. Điều này cho thấy hoạt động quảng bá đã được triển khai nhưng khả năng tiếp cận, mức độ hấp dẫn và hiệu quả truyền thông chưa cao.

Tiêu chí "Điểm đến có thương hiệu du lịch về trà rõ ràng" đạt 3,20 điểm, cao nhất, cho thấy hình ảnh Tân Cương gắn với sản phẩm trà đã bước đầu được nhận diện. "Dễ dàng tìm thấy thông tin về du lịch vùng trà Tân Cương" đạt 3,14 điểm và "Hoạt động quảng bá trên mạng xã hội thu hút du khách" đạt 3,13 điểm, phản ánh thông tin du lịch đã xuất hiện trên các kênh truyền thông nhưng chưa thực sự nổi bật.

Hai tiêu chí "Hình ảnh điểm đến được quảng bá hấp dẫn" và "Các kênh truyền thông du lịch đa dạng" cùng đạt 3,03 điểm, cho thấy nội dung và phương thức quảng bá còn hạn chế về tính đa dạng, sức hấp dẫn. Đáng chú ý, "Thông tin quảng bá giúp tôi quyết định tham quan" chỉ đạt 2,95 điểm, thấp nhất, . Điều này cho thấy các hoạt động quảng bá hiện nay mới chủ yếu cung cấp thông tin về điểm đến, nhưng chưa thực sự tạo được động lực mạnh mẽ để thúc đẩy quyết định lựa chọn và trải nghiệm của du khách.

Nhìn chung, vùng trà Tân Cương đã bước đầu xây dựng được hình ảnh và thương hiệu du lịch gắn với sản phẩm trà đặc sản. So với các nhóm tiêu chí khác, nhóm tiêu chí này có mức đánh giá thấp hơn, phản ánh công tác truyền thông và quảng bá điểm đến vẫn chưa phát huy hết tiềm năng của điểm đến. Trong thời gian tới, cần đẩy mạnh ứng dụng công nghệ số, đa dạng hóa các kênh truyền thông, xây dựng nội dung quảng bá mang tính trải nghiệm và kể chuyện (storytelling) về văn hóa trà, đẩy mạnh liên kết với doanh nghiệp lữ hành, đồng thời tăng cường quảng bá trên các nền tảng mạng xã hội và các kênh du lịch trực tuyến. Điều này sẽ góp phần nâng cao nhận diện thương hiệu, thu hút du khách và gia tăng sức cạnh tranh cho du lịch nông nghiệp vùng trà Tân Cương.

2.3. Đánh giá tác động của phát triển du lịch nông nghiệp ở vùng trà Tân Cương, Thái Nguyên

2.3.1. Tác động về kinh tế

Tác động tích cực

Phát triển du lịch nông nghiệp đã góp phần nâng cao giá trị kinh tế của sản phẩm trà Tân Cương thông qua việc chuyển từ mô hình chỉ bán sản phẩm nông nghiệp sang kết hợp cung cấp các dịch vụ trải nghiệm. Nếu trước đây nguồn thu chủ yếu đến từ việc bán chè tươi hoặc chè thành phẩm thì hiện nay nhiều hộ dân, hợp tác xã và doanh nghiệp đã khai thác thêm các hoạt động tham quan, trải nghiệm hái chè, sao chè, pha trà, thưởng trà và bán sản phẩm trực tiếp cho khách du lịch. Điều này giúp gia tăng giá trị của sản phẩm trà, mở rộng thị trường tiêu thụ và giảm sự phụ thuộc vào hệ thống thương lái. Bên cạnh đó, du lịch nông nghiệp còn tạo thêm nhiều cơ hội việc làm và nguồn thu nhập cho người dân địa phương. Ngoài hoạt động sản xuất chè, nhiều hộ gia đình đã tham gia kinh doanh dịch vụ ăn uống, lưu trú, hướng dẫn trải nghiệm, bán sản phẩm OCOP và quà lưu niệm, góp phần đa dạng hóa sinh kế và nâng cao đời sống, hoạt động du lịch nông nghiệp đã đóng góp đáng kể vào thu nhập của người dân địa phương.

Theo kết quả khảo sát tại HTX trà Hảo Đạt, doanh thu năm 2023 đạt 23 tỷ đồng, đến năm 2025 đạt 55 tỷ đồng, tăng 28% so với năm 2024, trong đó hoạt động du lịch đóng góp khoảng 25% tương đương 13,75 tỷ đồng, chủ yếu từ khách tham quan, trải nghiệm và mua sắm sản phẩm tại chỗ. Hiện nay HTX có khoảng 60 lao động chính và 100 lao động thời vụ, đều là cộng đồng địa phương. Thu nhập bình quân của người lao động trong HTX đạt từ 7 – 9 triệu đồng/người/tháng, tăng 1,5 lần so với năm 2024. *(Mẫu phỏng vấn Mã DN – 04).* Điều đó cho thấy, việc phát triển DLNN đã mang lại lợi ích cho người dân địa phương tham gia du lịch như tăng thu nhập, tạo thêm việc làm tại chỗ. Một số hộ khác làm du lịch nông nghiệp cho rằng thu nhập từ hoạt động du lịch đã giúp cải thiện đáng kể đời sống kinh tế, đặc biệt trong các mùa cao điểm. Một chủ HTX chia sẻ rằng "*thu nhập từ khách du lịch có thể chiếm từ 20–30% tổng thu nhập hàng năm*" (*Mẫu phỏng vấn Mã DN – 01*) cho thấy vai trò ngày càng quan trọng của du lịch trong sự phát triển kinh tế. Theo kết quả khảo sát, mức chi tiêu của du khách cũng cho thấy du lịch nông nghiệp đã góp phần tạo nguồn thu và thúc đẩy tiêu dùng các sản phẩm, dịch vụ tại vùng trà Tân Cương. Trong đó, 72,4% du khách chi từ 500.000–3.000.000 đồng/lượt, cho thấy khả năng tạo doanh thu tương đối tốt từ hoạt động tham quan, trải

nghiệm, ăn uống và mua sắm. Đặc biệt, 14,3% du khách chi trên 3.000.000 đồng/lượt, góp phần gia tăng giá trị kinh tế từ các dịch vụ lưu trú, trải nghiệm và sản phẩm chè. Qua đó, du lịch tạo thêm cơ hội tăng thu nhập cho hộ dân, HTX và các cơ sở kinh doanh tại địa phương.

Tác động tiêu cực

Bên cạnh những đóng góp tích cực, phát triển DLNN ở vùng trà Tân Cương cũng có thể tạo ra một số tác động tiêu cực về kinh tế. Trước hết, chi phí đầu tư cho hoạt động du lịch ngày càng tăng, trong khi không phải hộ dân và cơ sở sản xuất chè nào cũng có đủ nguồn lực tài chính để đầu tư cơ sở vật chất, khu vực đón khách, dịch vụ ăn uống, lưu trú và các hoạt động trải nghiệm. Đối với các hộ có quy mô nhỏ, việc đầu tư phục vụ khách du lịch có thể làm gia tăng chi phí sản xuất, kinh doanh và tạo áp lực về vốn, trong khi lượng khách và doanh thu chưa ổn định. Bên cạnh đó, thu nhập từ du lịch còn thiếu ổn định và phụ thuộc nhiều vào tính thời vụ. Lượng khách thường tập trung vào cuối tuần, các dịp lễ, Tết hoặc những thời điểm có các sự kiện quảng bá về trà. Vào thời gian thấp điểm, doanh thu từ dịch vụ du lịch có thể giảm đáng kể, trong khi các khoản chi phí duy trì cơ sở vật chất và nhân công vẫn phát sinh. Điều này làm cho một số hộ có nguy cơ phụ thuộc vào nguồn thu du lịch nhưng chưa có khả năng bảo đảm thu nhập ổn định quanh năm.

Một tác động tiêu cực khác là nguy cơ gia tăng giá đất, giá hàng hóa và chi phí dịch vụ tại khu vực phát triển du lịch. Khi lượng khách và nhu cầu kinh doanh tăng, giá thuê mặt bằng, giá đất hoặc chi phí đầu vào phục vụ kinh doanh có thể tăng theo. Nếu không có cơ chế quản lý phù hợp, lợi ích kinh tế từ du lịch có thể tập trung vào một số chủ thể có vốn và khả năng kinh doanh tốt, trong khi các hộ sản xuất chè nhỏ lẻ khó tiếp cận và hưởng lợi tương xứng. Ngoài ra, việc chuyển một phần nguồn lực từ sản xuất chè sang phục vụ du lịch có thể làm phát sinh sự phụ thuộc quá mức vào hoạt động du lịch. Nếu thị trường khách biến động hoặc xảy ra các yếu tố bất lợi làm suy giảm lượng khách, thu nhập của các hộ tham gia dịch vụ có thể bị ảnh hưởng. Việc mở rộng hoạt động du lịch thiếu tính toán cũng có thể khiến một số hộ ưu tiên các hoạt động có khả năng tạo doanh thu nhanh hơn thay vì đầu tư lâu dài cho sản xuất chè chất lượng cao và bảo tồn giá trị sản xuất truyền thống. Đặc biệt, sự phát triển du lịch thiếu quy hoạch và liên kết có thể dẫn đến cạnh tranh không lành mạnh giữa các cơ sở kinh doanh. Việc cung cấp các sản phẩm và dịch vụ tương tự nhau, cạnh tranh về giá hoặc tự tổ chức đón khách có thể

làm giảm hiệu quả kinh doanh chung của điểm đến. Đồng thời, nếu chất lượng dịch vụ không đồng đều, giá cả thiếu thống nhất và thiếu cơ chế phối hợp giữa các chủ thể, hình ảnh thương hiệu du lịch vùng trà Tân Cương có thể bị ảnh hưởng, từ đó tác động ngược trở lại đến khả năng tiêu thụ sản phẩm trà và thu hút khách.

2.3.2. Tác động về văn hóa - xã hội

Tác động tích cực

Du lịch nông nghiệp đã góp phần bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa trà truyền thống của vùng Tân Cương. Thông qua các hoạt động trải nghiệm như hái chè, sao chè, pha trà, thưởng trà và tìm hiểu lịch sử nghề chè, du khách có cơ hội tiếp cận sâu hơn với văn hóa bản địa, đồng thời góp phần quảng bá hình ảnh vùng trà đến đông đảo khách trong và ngoài nước. Việc khai thác du lịch cũng tạo động lực để các hộ sản xuất tiếp tục duy trì nghề chè truyền thống, bảo tồn các kỹ thuật chế biến thủ công và nâng cao giá trị thương hiệu trà Tân Cương. Sự phát triển của du lịch còn góp phần tăng cường sự tham gia của cộng đồng địa phương vào các hoạt động phát triển kinh tế - xã hội. Người dân không chỉ là người sản xuất nông nghiệp mà còn trực tiếp tham gia cung cấp các dịch vụ du lịch, giới thiệu văn hóa địa phương và quảng bá sản phẩm đặc trưng. Quá trình này góp phần nâng cao nhận thức của cộng đồng về vai trò của du lịch trong phát triển kinh tế, đồng thời khuyến khích người dân chủ động cải thiện môi trường sống, nâng cao kỹ năng giao tiếp và chất lượng phục vụ du khách.

Tác động tiêu cực

Quá trình thương mại hóa các giá trị văn hóa trà có nguy cơ làm mai một tính nguyên bản của văn hóa địa phương. Khi các hoạt động hái chè, sao chè, pha trà và thưởng trà được tổ chức chủ yếu nhằm phục vụ nhu cầu trải nghiệm của du khách, một số giá trị truyền thống có thể bị đơn giản hóa hoặc trình diễn hóa để phù hợp với thị hiếu và thời gian của khách. Nếu thiếu định hướng bảo tồn, văn hóa trà có thể dần chuyển từ giá trị sinh hoạt, sản xuất truyền thống của cộng đồng sang một sản phẩm mang tính thương mại.

Bên cạnh đó, sự gia tăng hoạt động du lịch có thể làm thay đổi đời sống và không gian sinh hoạt của cộng đồng địa phương. Việc thường xuyên đón khách, tổ chức tham quan và trải nghiệm tại khu dân cư, hộ gia đình và vùng sản xuất chè có thể ảnh hưởng đến sự riêng tư của người dân, đặc biệt tại những khu vực có lượng khách tập trung đông vào cuối tuần và các dịp lễ. Nếu hoạt động du lịch phát triển thiếu kiểm soát, có thể phát

sinh tình trạng quá tải cục bộ, tiếng ồn, rác thải và những xáo trộn nhất định trong sinh hoạt của cộng đồng. Một vấn đề khác là nguy cơ thay đổi lối sống và giá trị văn hóa của cộng đồng dưới tác động của khách du lịch và quá trình thương mại hóa. Sự tiếp xúc thường xuyên với du khách, các phương thức kinh doanh mới và nhu cầu thị trường có thể làm thay đổi cách thức tổ chức sinh hoạt, giao tiếp và thực hành một số phong tục truyền thống. Đặc biệt, thế hệ trẻ có thể có xu hướng ưu tiên các hoạt động dịch vụ mang lại thu nhập nhanh hơn so với việc tiếp tục các nghề truyền thống nếu giá trị kinh tế của sản xuất chè không được duy trì tương xứng.

2.3.3. Tác động về môi trường

Tác động tích cực

Phát triển du lịch nông nghiệp ở vùng trà Tân Cương đã tạo ra những tác động tích cực đối với môi trường thông qua việc nâng cao ý thức bảo vệ cảnh quan của người dân địa phương. Khi cảnh quan đồi chè trở thành một tài nguyên trực tiếp phục vụ du lịch, người dân có xu hướng quan tâm hơn đến việc giữ gìn vệ sinh, chăm sóc nương chè, chỉnh trang đường vào khu sản xuất và duy trì không gian xanh, sạch, đẹp. Qua đó, cảnh quan nông nghiệp không chỉ được duy trì phục vụ sản xuất mà còn được khai thác như một yếu tố tạo sức hấp dẫn cho điểm đến. Các đồi chè, vườn chè và khu vực sản xuất là những thành phần quan trọng của sản phẩm du lịch nông nghiệp Tân Cương. Việc khai thác giá trị cảnh quan thông qua tham quan, chụp ảnh và trải nghiệm sản xuất tạo thêm động lực để các hộ dân duy trì diện tích chè, hạn chế việc chuyển đổi đất chè sang các mục đích sử dụng khác và bảo vệ đặc trưng cảnh quan của vùng trà. Ngoài ra, DLNN thúc đẩy sản xuất chè theo hướng an toàn và thân thiện hơn với môi trường. Nhu cầu của du khách đối với sản phẩm chè có chất lượng, an toàn và nguồn gốc rõ ràng tạo động lực để các hộ dân, hợp tác xã quan tâm hơn đến quy trình chăm sóc, sử dụng phân bón và thuốc bảo vệ thực vật. Việc từng bước áp dụng các quy trình sản xuất an toàn góp phần hạn chế nguy cơ ô nhiễm đất, nước và bảo vệ chất lượng vùng nguyên liệu chè.

Hoạt động du lịch nông nghiệp còn góp phần nâng cao nhận thức về mối quan hệ giữa môi trường và phát triển du lịch. Người dân ngày càng nhận thấy rằng cảnh quan xanh, sạch và môi trường trong lành là một trong những yếu tố quan trọng để thu hút và duy trì khách du lịch. Từ đó, bảo vệ môi trường dần trở thành một yêu cầu gắn với hoạt động sản xuất và kinh doanh du lịch của cộng đồng địa phương. Đối với du khách, các hoạt

động trải nghiệm tại nương chè cũng tạo điều kiện tăng cường hiểu biết về sản xuất nông nghiệp và giá trị của môi trường tự nhiên. Thông qua việc trực tiếp tham gia hái chè, tìm hiểu quá trình chăm sóc và chế biến chè, du khách có cơ hội nhận thức rõ hơn về sự gắn kết giữa sản xuất nông nghiệp, cảnh quan và môi trường. Điều này góp phần nâng cao giá trị giáo dục môi trường của loại hình du lịch nông nghiệp.

Tác động tiêu cực

Sự gia tăng lượng khách du lịch cũng tạo ra một số áp lực đối với môi trường tại vùng trà Tân Cương. Lượng rác thải phát sinh từ hoạt động tham quan, ăn uống và mua sắm có xu hướng gia tăng, đặc biệt tại các khu vực tập trung đông khách vào cuối tuần, dịp lễ và mùa cao điểm. Trong khi đó, hệ thống thu gom, phân loại và xử lý rác thải tại một số điểm du lịch chưa được đầu tư đồng bộ, dẫn đến nguy cơ rác thải tồn đọng hoặc được xử lý chưa đúng quy định. Bên cạnh đó, cơ sở hạ tầng phục vụ vệ sinh môi trường còn hạn chế, đặc biệt là hệ thống nhà vệ sinh công cộng, điểm tập kết rác và các thiết bị phục vụ thu gom rác tại những khu vực tham quan. Khi lượng khách tăng nhanh nhưng năng lực phục vụ chưa được nâng cấp tương ứng, tình trạng quá tải cục bộ có thể xảy ra, gây ảnh hưởng đến vệ sinh và cảnh quan điểm đến. Việc mở rộng các công trình, tuyến tham quan, khu vực check-in hoặc các cơ sở dịch vụ để phục vụ khách du lịch nếu thiếu quy hoạch có thể làm thay đổi không gian tự nhiên, thu hẹp diện tích cảnh quan nông nghiệp và ảnh hưởng đến tính đặc trưng của vùng trà. Đặc biệt, việc xây dựng các công trình thiếu hài hòa với cảnh quan đồi chè có thể làm giảm giá trị thẩm mỹ và sức hấp dẫn của điểm đến.

Ngoài ra, hoạt động du lịch có thể làm gia tăng nguy cơ ô nhiễm tại vùng sản xuất chè nếu lượng khách và các dịch vụ phát triển nhanh hơn khả năng kiểm soát môi trường. Các hoạt động ăn uống, lưu trú, giao thông và tham quan có thể phát sinh nước thải, rác thải và khí thải. Nếu không được thu gom, xử lý phù hợp, những nguồn chất thải này có khả năng tác động đến đất, nguồn nước và chất lượng môi trường tại khu vực sản xuất chè. Bên cạnh đó, ý thức bảo vệ môi trường của một bộ phận du khách và người dân chưa đồng đều. Một số hành vi như xả rác không đúng nơi quy định, sử dụng đồ nhựa dùng một lần hoặc đi lại không đúng khu vực tham quan có thể ảnh hưởng đến cảnh quan và hoạt động sản xuất của người dân. Trong trường hợp các hành vi này kéo dài, chất lượng môi trường và hình ảnh điểm đến du lịch nông nghiệp có thể bị ảnh hưởng.

Phát triển du lịch nông nghiệp không chỉ góp phần khai thác hiệu quả tài nguyên

mà còn tạo ra những tác động trên nhiều phương diện như kinh tế, văn hóa - xã hội và môi trường. Dưới góc nhìn của du khách, những tác động này được thể hiện thông qua chất lượng trải nghiệm, hình ảnh điểm đến và những giá trị mà hoạt động du lịch mang lại. Do đó, tác giả đã khảo sát phản ánh nhận định của du khách về tác động của phát triển du lịch nông nghiệp ở vùng trà Tân Cương. Kết quả được tổng hợp trong bảng dưới đây:

Bảng 2.12. Phản ánh nhận định của du khách về tác động phát triển du lịch nông nghiệp ở vùng trà Tân Cương

STT	Tiêu chí	Số phiếu ở mỗi thang điểm					Trọng số TB (n=286)
		1	2	3	4	5	
1	Hoạt động du lịch nông nghiệp góp phần bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa Trà	7	24	79	122	54	**3,67**
2	Hoạt động du lịch nông nghiệp góp phần nâng cao chất lượng đời sống cộng đồng địa phương.	7	20	83	130	46	**3,66**
3	Hoạt động du lịch nông nghiệp góp phần bảo vệ môi trường và phát triển bền vững.	8	25	90	121	42	**3,57**

(Nguồn: Tác giả khảo sát, 2026)

Trong số các tiêu chí được khảo sát, tiêu chí "Hoạt động du lịch nông nghiệp góp phần bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa Trà" đạt điểm trung bình cao nhất với 3,67 điểm, xếp hạng thứ nhất. Có 176/286 du khách (chiếm 61,5%) lựa chọn mức đồng ý và rất đồng ý. Kết quả này cho thấy du khách đánh giá cao vai trò của du lịch nông nghiệp trong việc quảng bá, gìn giữ và phát huy các giá trị văn hóa đặc trưng của vùng trà Tân Cương. Tiêu chí "Hoạt động du lịch nông nghiệp góp phần nâng cao chất lượng đời sống cộng đồng địa phương" đạt điểm trung bình 3,66, xếp thứ hai. Có 176/286 du khách đánh giá ở mức đồng ý và rất đồng ý. Điều này cho thấy phần lớn du khách nhận thấy du lịch nông nghiệp đã góp phần tạo việc làm, gia tăng thu nhập và mở rộng cơ hội phát

triển kinh tế cho người dân địa phương. Đồng thời, sự tham gia của cộng đồng vào các hoạt động du lịch cũng góp phần nâng cao nhận thức, phát huy vai trò chủ thể của người dân trong quá trình phát triển kinh tế - xã hội địa phương. Tiêu chí "Hoạt động du lịch nông nghiệp góp phần bảo vệ môi trường và phát triển bền vững" có điểm trung bình thấp nhất trong ba tiêu chí khảo sát nhưng vẫn đạt mức khá với 3,57 điểm. Có 163/286 du khách lựa chọn mức đồng ý và rất đồng ý.

Kết quả khảo sát cho thấy du khách có những phản ánh nhận định khá tích cực về hoạt động phát triển du lịch nông nghiệp ở vùng trà Tân Cương. Các tiêu chí khảo sát đều đạt điểm trung bình trên 3,5, phản ánh mức độ đồng thuận tương đối cao của du khách đối với những tác động của hoạt động du lịch nông nghiệp đối với địa phương. Hoạt động du lịch góp phần nâng cao giá trị sản phẩm trà, tạo thêm việc làm, tăng thu nhập cho người dân, đồng thời thúc đẩy việc bảo tồn và quảng bá văn hóa trà truyền thống. Tuy nhiên, tác động về môi trường được đánh giá thấp hơn so với các tiêu chí khác, cho thấy công tác quản lý rác thải, vệ sinh vẫn cần được quan tâm hơn. Nhìn chung, du lịch nông nghiệp đã đạt được những kết quả tích cực và đang trở thành hướng phát triển phù hợp với tiềm năng, lợi thế của địa phương. Tuy nhiên, để phát triển bền vững cần có những giải pháp cụ thể, đồng bộ và mang tính dài hạn.

2.4. Đánh giá chung

2.4.1. Những kết quả đạt được

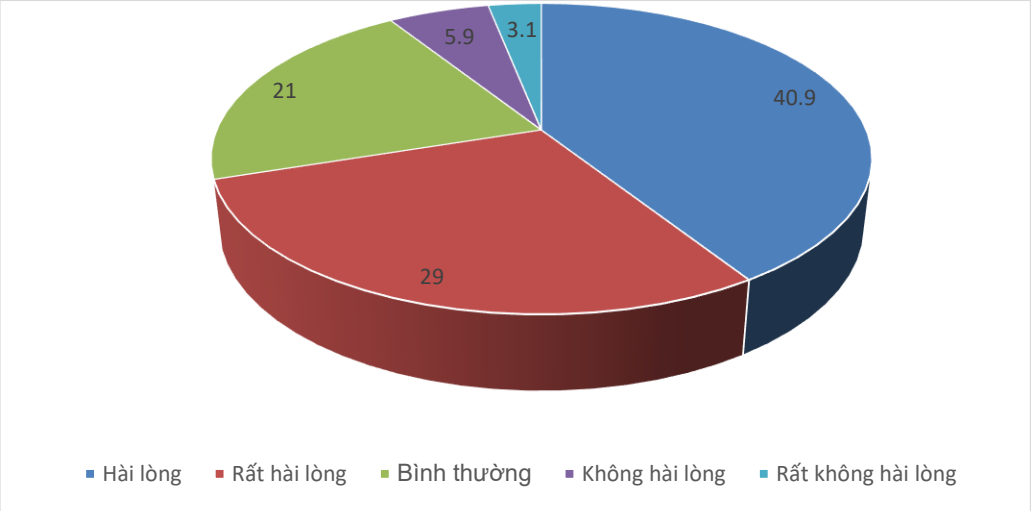
Qua phân tích thực trạng phát triển du lịch nông nghiệp và kết quả khảo sát tại vùng trà Tân Cương có thể nhận thấy địa phương đã đạt được những kết quả tích cực bước đầu trong quá trình khai thác các giá trị nông nghiệp phục vụ phát triển du lịch.

- Vùng trà Tân Cương sở hữu hệ thống tài nguyên du lịch nông nghiệp phong phú và đặc sắc tạo nên nền tảng quan trọng để phát triển các sản phẩm du lịch nông nghiệp mang tính khác biệt và có khả năng cạnh tranh trên thị trường. Hiện nay, các hoạt động du lịch nông nghiệp đã từng bước được hình thành và phát triển. Một số hợp tác xã, hộ sản xuất chè và cơ sở kinh doanh đã chủ động khai thác các hoạt động tham quan vùng chè, trải nghiệm thu hái, chế biến và thưởng trà phục vụ du khách. Hệ thống cơ sở hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật tại vùng trà Tân Cương đã từng bước được đầu tư và cải thiện, tạo điều kiện thuận lợi cho hoạt động phát triển du lịch nông nghiệp. Sự tham gia của cộng đồng địa phương ngày càng rõ nét thông qua việc duy trì, truyền dạy và phát huy tri thức trồng, chăm sóc, thu hái và chế biến chè qua nhiều thế hệ, đồng thời kết

hợp kinh nghiệm sản xuất truyền thống với tiến bộ khoa học kỹ thuật nhằm nâng cao chất lượng và duy trì tính đặc hữu của sản phẩm chè Tân Cương. Chính quyền địa phương và các cơ quan quản lý nhà nước đã có sự quan tâm nhất định đến phát triển du lịch nông nghiệp thông qua việc ban hành các chính sách hỗ trợ, tổ chức các lễ hội văn hóa trà, các chương trình quảng bá và xúc tiến du lịch. Những hoạt động này góp phần nâng cao hình ảnh thương hiệu Trà Tân Cương, tạo điều kiện thuận lợi cho việc thu hút khách du lịch và mở rộng thị trường

- Trong những năm gần đây, hoạt động du lịch nông nghiệp ở vùng trà Tân Cương đã ghi nhận những chuyển biến tích cực, thể hiện qua các chỉ tiêu về lượng khách, doanh thu và mức độ đa dạng hóa sản phẩm dịch vụ. Về lượng khách du lịch, vùng trà Tân Cương đã thu hút ngày càng nhiều lượt khách nội địa, đặc biệt là các nhóm khách đến từ các đô thị lớn như Hà Nội và các tỉnh lân cận. Xu hướng du khách là trải nghiệm, nghỉ dưỡng gắn với thiên nhiên và tìm hiểu văn hóa bản địa. Khi được khảo sát cảm nhận chung về trải nghiệm du lịch nông nghiệp tại đây, khách du lịch đã đánh giá như sau:

Biểu đồ 2.1. Cảm nhận chung của du khách về trải nghiệm du lịch nông nghiệp ở vùng trà Tân Cương



(Nguồn: Tác giả khảo sát, 2026)

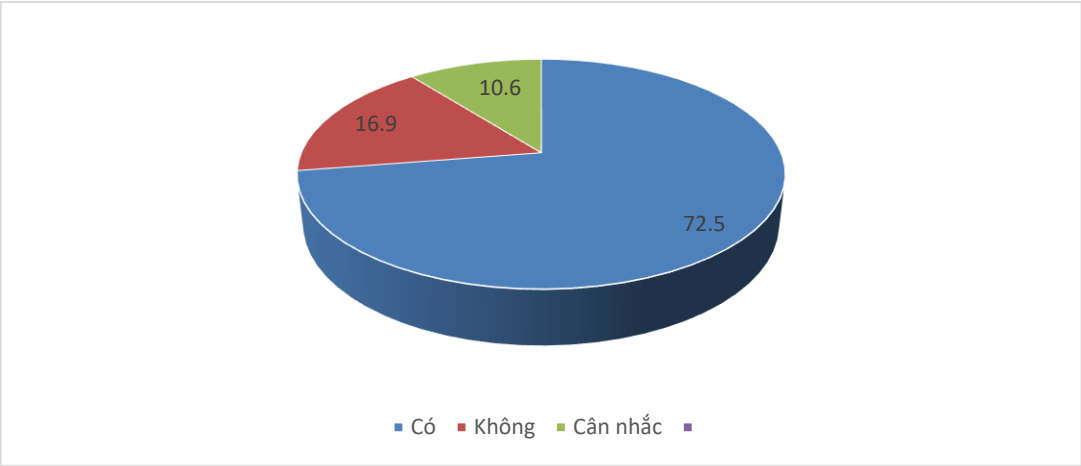
Kết quả khảo sát về mức độ hài lòng của du khách đối với hoạt động trải nghiệm du lịch nông nghiệp ở vùng trà Tân Cương cho thấy những tín hiệu tương đối tích cực, đồng thời cũng phản ánh một số yêu cầu thực tiễn cần tiếp tục được quan tâm. Cụ thể, có 40,9% du khách đánh giá ở mức "Hài lòng" và 29,0% đánh giá ở mức "Rất hài lòng". Kết quả này cho thấy phần lớn du khách đã có trải nghiệm khá tích cực khi tham gia các

hoạt động du lịch nông nghiệp tại vùng trà Tân Cương. Mức độ hài lòng tương đối cao có thể được xem là kết quả bước đầu của việc khai thác các giá trị đặc trưng của vùng trà, trong đó nổi bật là cảnh quan đồi chè, hương vị và sản phẩm chè, không gian nông nghiệp, văn hóa trà cùng sự thân thiện và hỗ trợ của cộng đồng địa phương. Đồng thời, sự tham gia của chính quyền địa phương, cộng đồng dân cư, hợp tác xã và các cơ sở kinh doanh đã góp phần hình thành và cung cấp các sản phẩm, dịch vụ phục vụ nhu cầu tham quan, trải nghiệm của du khách.

Tuy nhiên, số liệu từ biểu đồ cũng đặt ra những vấn đề đối với sự phát triển bền vững của hoạt động du lịch nông nghiệp ở vùng trà Tân Cương. Theo đó, nhóm du khách giữ thái độ bình thường chiếm tỷ trọng khá cao, lên tới 21,0%. Đây là nhóm khách hàng trung lập, có tiềm năng chuyển thành nhóm khách hàng hài lòng nếu chất lượng sản phẩm và dịch vụ được cải thiện phù hợp. Ngược lại, nếu không đáp ứng tốt hơn kỳ vọng, nhóm khách này có thể ít có xu hướng tiếp tục lựa chọn hoặc quay lại sử dụng dịch vụ tại điểm đến. Bên cạnh đó, tỷ lệ phản hồi tiêu cực dù khiêm tốn ở mức 9,0% (bao gồm 5,9% "Không hài lòng" và 3,1% "Rất không hài lòng") nhưng vẫn là dấu hiệu cảnh báo về những hạn chế hoặc tồn tại trong chất lượng dịch vụ và khâu quản lý. Vì vậy, bên cạnh việc phát huy những lợi thế hiện có, vùng trà Tân Cương cần tiếp tục nâng cao chất lượng hoạt động du lịch nông nghiệp nhằm đáp ứng tốt hơn nhu cầu ngày càng đa dạng của du khách. Đây cũng là cơ sở thực tiễn để đề xuất các giải pháp phát triển du lịch nông nghiệp vùng trà Tân Cương theo hướng phát triển bền vững.

Ý định quay lại và giới thiệu cho người khác thường được xem là một tiêu chí quan trọng đánh giá mức độ thành công của điểm đến du lịch. Để đánh giá mức độ trung thành cũng như khả năng lan tỏa thương hiệu của điểm đến, nghiên cứu đã tiến hành khảo sát ý định quay lại và sẵn sàng giới thiệu cho người khác của du khách sau chuyến trải nghiệm. Kết quả thu được tại Biểu đồ 2.2 phản ánh những tín hiệu khả quan, đồng thời mở ra những yêu cầu thực tiễn đối với sự phát triển bền vững của du lịch tại địa bàn

Biểu đồ 2.2. Ý định quay lại/ giới thiệu cho người khác của du khách



(Nguồn: Tác giả khảo sát, 2026)

Cụ thể, có 72,5% du khách được khảo sát khẳng định có ý định quay lại hoặc sẵn sàng giới thiệu điểm đến cho bạn bè, người thân. Đây là một tín hiệu tích cực đối với hoạt động quảng bá điểm đến, bởi những du khách có trải nghiệm tốt có thể trở thành nguồn thông tin truyền miệng, góp phần lan tỏa hình ảnh du lịch nông nghiệp ở vùng trà Tân Cương đến các nhóm khách tiềm năng mà không đòi hỏi nhiều chi phí cho hoạt động xúc tiến. Tuy nhiên, ý định quay lại hoặc giới thiệu mới chỉ phản ánh xu hướng của du khách tại thời điểm khảo sát. Vì vậy, vấn đề đặt ra đối với địa bàn nghiên cứu là cần tiếp tục nâng cao chất lượng sản phẩm, dịch vụ và trải nghiệm để chuyển những ý định này thành hành vi quay lại thực tế trong tương lai.

Bên cạnh đó, kết quả khảo sát cũng cho thấy 16,9% du khách lựa chọn không quay lại/ không giới thiệu và 10,6% du khách ở trạng thái cân nhắc. Kết quả này có thể phản ánh những hạn chế mà du khách còn gặp phải trong quá trình tham gia trải nghiệm, chẳng hạn như chất lượng sản phẩm, cơ sở vật chất, dịch vụ hoặc sự đa dạng của các hoạt động trải nghiệm. Do đó, việc tìm hiểu nguyên nhân của nhóm khách này và có giải pháp cải thiện phù hợp sẽ góp phần hạn chế sự suy giảm mức độ hài lòng, đồng thời nâng cao khả năng duy trì và mở rộng thị trường khách du lịch trong thời gian tới.

2.4.2. Những hạn chế

Mặc dù sở hữu nhiều tiềm năng và đã đạt được những kết quả bước đầu trong phát triển du lịch nông nghiệp, song hoạt động du lịch nông nghiệp tại vùng trà Tân Cương vẫn còn tồn tại nhiều hạn chế, ảnh hưởng đến khả năng khai thác hiệu quả các nguồn lực địa phương và nâng cao sức cạnh tranh của điểm đến.

- *Thứ nhất, hệ thống hạ tầng công và cơ chế hỗ trợ phát triển du lịch chưa đồng bộ***.** Qua khảo sát thực địa, một số hạng mục hạ tầng phục vụ du lịch như bãi đỗ xe, biển chỉ dẫn, khu vệ sinh công cộng và các công trình hỗ trợ khách tham quan còn thiếu hoặc chưa đáp ứng đầy đủ nhu cầu thực tế. Bên cạnh đó, việc tiếp cận nguồn vốn hỗ trợ và triển khai các chính sách phát triển du lịch của một số hộ dân, hợp tác xã còn gặp khó khăn. Kết quả phỏng vấn sâu cho thấy, cán bộ quản lý (Mã CB-03) phản ánh đề án quy hoạch du lịch nông nghiệp chưa thực sự phù hợp với điều kiện thực tế, cơ chế phối hợp và chính sách hỗ trợ giữa chính quyền với cộng đồng còn thiếu đồng bộ. Nguyên nhân của tình trạng này xuất phát từ cả nguồn lực đầu tư công còn hạn chế, quy hoạch chưa theo kịp yêu cầu phát triển và năng lực tiếp cận chính sách của các chủ thể địa phương còn chưa đồng đều. Những hạn chế trên làm giảm khả năng kết nối các điểm đến, gây bất tiện trong quá trình tham quan, đồng thời tạo khó khăn cho việc thu hút đầu tư và tổ chức các hoạt động du lịch nông nghiệp theo hướng chuyên nghiệp.

- *Thứ hai, sản phẩm nông nghiệp đặc hữu chưa được khai thác tương xứng với giá trị và thương hiệu Trà Tân Cương***.** Mặc dù Trà Tân Cương đã có thương hiệu và sức hút riêng, các sản phẩm phục vụ du khách hiện nay vẫn chủ yếu tập trung vào trà khô truyền thống. Các sản phẩm chế biến sâu, sản phẩm quà tặng sáng tạo và những mặt hàng có khả năng gia tăng giá trị từ trà như đồ uống, bánh kẹo, mỹ phẩm hay sản phẩm lưu niệm chưa được khai thác đa dạng. Hạn chế này có liên quan đến việc nghiên cứu nhu cầu thị trường, đổi mới sản phẩm và liên kết giữa các cơ sở sản xuất còn chưa được chú trọng đúng mức. Hoạt động sản xuất và kinh doanh vẫn chủ yếu hướng tới tiêu thụ sản phẩm trà truyền thống, trong khi việc kết hợp sản phẩm nông nghiệp với nhu cầu trải nghiệm và tiêu dùng của khách du lịch chưa thực sự rõ nét. Điều này khiến giá trị gia tăng từ sản phẩm trà chưa được khai thác đầy đủ, hạn chế khả năng đa dạng hóa hàng hóa phục vụ du khách và mức chi tiêu tại điểm đến.

- *Thứ ba, sự tham gia của cộng đồng địa phương trong chuỗi cung ứng du lịch còn thiếu tính chuyên nghiệp và bền vững***.** Qua khảo sát, cộng đồng địa phương có lợi thế về tri thức bản địa, kinh nghiệm sản xuất và sự thân thiện trong giao tiếp với du khách. Tuy nhiên, việc chuyển hóa những lợi thế này thành các dịch vụ du lịch có tổ chức vẫn còn hạn chế. Hoạt động cung ứng dịch vụ chủ yếu ở quy mô hộ gia đình, thiếu quy chuẩn thống nhất, phụ thuộc vào lao động thời vụ và chưa hình thành được cơ chế liên kết, phân chia lợi ích ổn định giữa các chủ thể. Kết quả phỏng vấn cho thấy, bên cạnh khó khăn về

nguồn lực, một bộ phận người dân vẫn xem du lịch là hoạt động phụ trợ cho sản xuất chè, chưa thực sự mạnh dạn đầu tư thời gian và kinh phí để phát triển dịch vụ. Đồng thời, việc thiếu lực lượng lao động trẻ kế thừa và chưa có hoạt động tư liệu hóa đầy đủ cũng đặt ra nguy cơ mai một một số tri thức bản địa trong quá trình thương mại hóa sản xuất. Hệ quả là vai trò của cộng đồng trong chuỗi giá trị du lịch chưa được phát huy đầy đủ, khả năng cung ứng dịch vụ còn thiếu ổn định và lợi ích kinh tế từ hoạt động du lịch chưa được phân bổ đồng đều.

- *Thứ tư, sản phẩm và hoạt động trải nghiệm du lịch nông nghiệp còn đơn điệu, chưa tạo được sự khác biệt rõ nét.* Thực tế cho thấy, các hoạt động trải nghiệm hiện nay chủ yếu tập trung vào tham quan đồi chè, hái chè, tìm hiểu quy trình chế biến và thưởng trà. Các sản phẩm chuyên sâu gắn với giáo dục nông nghiệp, văn hóa cộng đồng, nghỉ dưỡng sinh thái và chăm sóc sức khỏe chưa phát triển tương xứng với tiềm năng của địa phương. Kết quả khảo sát 286 du khách cho thấy, điểm trung bình đánh giá đối với các tiêu chí về hoạt động trải nghiệm chỉ dao động từ 3,21 đến 3,38/5 điểm. Trong đó, tiêu chí về thời gian trải nghiệm hợp lý đạt 3,21 điểm, thấp nhất trong nhóm tiêu chí được khảo sát. Đáng chú ý, có 83,6% du khách lựa chọn thời gian trải nghiệm từ nửa ngày đến một ngày, cho thấy hoạt động du lịch tại địa phương hiện chủ yếu đáp ứng nhu cầu tham quan ngắn ngày. Nguyên nhân chủ yếu là công tác nghiên cứu thị trường và đổi mới sản phẩm chưa được chú trọng đúng mức; sự phối hợp giữa các hợp tác xã, cơ sở kinh doanh và doanh nghiệp lữ hành còn hạn chế; các hoạt động trải nghiệm chưa được thiết kế thành những chương trình có tính liên kết và chiều sâu. Điều này khiến điểm đến khó kéo dài thời gian lưu trú, gia tăng mức chi tiêu và tạo động lực để du khách quay trở lại. Đồng thời, sức cạnh tranh của du lịch nông nghiệp Tân Cương còn hạn chế so với những điểm đến đã hình thành được hệ thống trải nghiệm đa dạng.

- *Thứ năm, nguồn nhân lực du lịch còn hạn chế về kỹ năng và tính chuyên nghiệp***.** Mặc dù người dân địa phương có kinh nghiệm sản xuất chè, hiểu biết về văn hóa trà và thái độ thân thiện với du khách, năng lực tổ chức, quản lý và phục vụ du lịch vẫn chưa đáp ứng đầy đủ yêu cầu phát triển. Các kỹ năng giao tiếp, thuyết minh, nghiệp vụ phục vụ và trình độ ngoại ngữ, đặc biệt là tiếng Anh, còn hạn chế. Kết quả phỏng vấn sâu với đại diện hợp tác xã (Mã DN-05) cũng chỉ ra những khó khăn về nguồn nhân lực chưa chuyên nghiệp, đồng thời kiến nghị tăng cường đào tạo kỹ năng phục vụ và liên kết với các đơn vị lữ hành. Nguyên nhân xuất phát từ việc phần lớn lao động tham gia du lịch

chuyển đổi từ hoạt động sản xuất nông nghiệp, chưa được đào tạo chuyên sâu; hoạt động bồi dưỡng nghiệp vụ chưa thường xuyên và nguồn lực dành cho đào tạo còn hạn chế. Hệ quả là chất lượng phục vụ giữa các cơ sở chưa đồng đều, khả năng tiếp cận và phục vụ khách quốc tế còn hạn chế, đồng thời ảnh hưởng đến tính chuyên nghiệp và chất lượng tổng thể của trải nghiệm du khách.

- *Thứ sáu, cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch còn nhỏ lẻ, phân tán và thiếu dịch vụ bổ trợ.* Các cơ sở lưu trú, ăn uống, khu trưng bày, khu trải nghiệm và các dịch vụ bổ trợ tại vùng trà Tân Cương hiện chủ yếu phát triển ở quy mô hộ gia đình, hợp tác xã hoặc trang trại. Số lượng và chất lượng dịch vụ chưa đồng đều, chưa hình thành được hệ thống cung ứng đủ đa dạng để đáp ứng nhu cầu lưu trú dài ngày và nghỉ dưỡng của du khách. Kết quả phỏng vấn doanh nghiệp du lịch (Mã DN-06, DN-07, DN-09) cho thấy, sự thiếu hụt các dịch vụ lưu trú, vui chơi và giải trí là một trong những nguyên nhân khiến thời gian lưu trú của du khách còn ngắn, khó xây dựng các chương trình du lịch có giá trị gia tăng cao. Tình trạng này có liên quan đến hạn chế về vốn đầu tư, quy mô sản xuất kinh doanh nhỏ và sự thiếu liên kết giữa các cơ sở cung ứng dịch vụ. Hệ quả là khả năng phục vụ các nhóm khách có nhu cầu nghỉ dưỡng, trải nghiệm chuyên sâu và lưu trú qua đêm còn hạn chế, ảnh hưởng đến doanh thu và hiệu quả khai thác du lịch tại địa phương.

- *Thứ bảy, hoạt động xúc tiến, quảng bá chưa tương xứng với tiềm năng và giá trị thương hiệu của điểm đến***.** Mặc dù Trà Tân Cương đã có thương hiệu tương đối nổi tiếng, thông tin về các sản phẩm và chương trình du lịch nông nghiệp chưa được truyền tải một cách hệ thống, thường xuyên và rộng rãi. Hoạt động quảng bá của nhiều cơ sở vẫn tập trung vào giới thiệu sản phẩm chè, trong khi hình ảnh về các hoạt động trải nghiệm, dịch vụ lưu trú và những giá trị văn hóa bản địa chưa được khai thác hiệu quả. Nguyên nhân chủ yếu là nguồn lực dành cho truyền thông còn hạn chế, hoạt động quảng bá chưa có sự phối hợp thống nhất giữa các chủ thể và năng lực ứng dụng công nghệ số của một số cơ sở còn yếu. Hệ quả là khả năng tiếp cận các nhóm khách mới chưa cao, thông tin về sản phẩm du lịch còn phân tán, khó hình thành hình ảnh điểm đến thống nhất và mở rộng thị trường khách.

Nhìn chung, các hạn chế trên có mối quan hệ tác động qua lại, trong đó những bất cập về hạ tầng, cơ chế phối hợp và nguồn lực đầu tư ảnh hưởng đến khả năng tổ chức hoạt động du lịch; sự hạn chế trong đổi mới sản phẩm, chất lượng dịch vụ và quảng bá tiếp tục làm giảm sức hấp dẫn của điểm đến. Điều này được phản ánh qua kết quả

khảo sát khi có 21,0% du khách đánh giá trải nghiệm ở mức bình thường và 9,0% chưa hài lòng hoặc rất không hài lòng. Như vậy, mặc dù du lịch nông nghiệp tại vùng trà Tân Cương đã có những kết quả bước đầu, quá trình phát triển vẫn chưa chuyển biến tương xứng từ khai thác lợi thế tài nguyên sang hình thành hệ thống sản phẩm và dịch vụ có tính liên kết, chuyên nghiệp và giá trị gia tăng cao.

Kết quả phỏng vấn sâu cũng cho thấy những hạn chế nêu trên đang là những rào cản đối với quá trình phát triển du lịch nông nghiệp tại địa phương. Một quản lý HTX cho rằng "*Hoạt động du lịch nông nghiệp còn một số hạn chế, khó khăn như tính mùa vụ cao dẫn đến lượng khách chưa ổn định, cơ sở hạ tầng còn hạn chế, nguồn nhân lực chưa chuyên nghiệp và công tác quảng bá chưa thật sự hiệu quả. Trong thời gian tới, kiến nghị chính quyền tiếp tục quan tâm đầu tư hạ tầng, hỗ trợ quảng bá và đào tạo nguồn nhân lực, tăng cường liên kết với các đơn vị lữ hành để mở rộng thị trường, phát triển du lịch".(Mẫu phỏng vấn Mã DN – 05).* Bên cạnh đó, một cán bộ quản lý cũng đã chia sẻ: "*Bên cạnh những ưu điểm, cơ chế phối hợp giữa các bên liên quan trong DLNN tại vùng trà Tân Cương hiện nay còn gặp nhiều hạn chế, nhất là giữa chính quyền địa phương và cộng đồng địa phương. Thể hiện ở việc đề án quy hoạch du lịch nông nghiệp chưa phù hợp với điều kiện thực tế, hệ thống cơ chế chính sách hỗ trợ phát triển du lịch thiếu sự đồng bộ, điều này dẫn đến tâm lý e ngại tham gia hoạt động du lịch nông nghiệp ở một bộ phận cộng đồng địa phương. Do đó cần có những giải pháp cụ thể nhằm tháo gỡ những khó khăn còn tồn tại, qua đó thúc đẩy sự tham gia tích cực của cộng đồng địa phương vào các hoạt động du lịch" (Mẫu phỏng vấn Mã CB – 03).*

Nhìn chung, những hạn chế trên cho thấy hoạt động du lịch nông nghiệp tại vùng trà Tân Cương vẫn chưa phát huy hết tiềm năng và lợi thế sẵn có. Việc khắc phục những tồn tại này sẽ là cơ sở quan trọng để nâng cao chất lượng sản phẩm, tăng cường năng lực cạnh tranh và hướng tới phát triển du lịch nông nghiệp theo hướng bền vững trong thời gian tới.

2.4.3. Nguyên nhân của những hạn chế

Những hạn chế trong phát triển du lịch nông nghiệp tại vùng trà Tân Cương xuất phát từ cả nguyên nhân khách quan và chủ quan, tác động đến quá trình hình thành và phát triển sản phẩm du lịch theo hướng bền vững.

❖ *Nguyên nhân khách quan*

- Thứ nhất, du lịch nông nghiệp tại vùng trà Tân Cương vẫn là loại hình tương

đổi mới, quá trình hình thành và phát triển chưa dài. Do đó, việc xây dựng mô hình tổ chức, cơ chế quản lý và phương thức khai thác phù hợp với đặc thù của vùng sản xuất chè cần thêm thời gian để hoàn thiện. Nhận thức và kinh nghiệm phát triển du lịch của một số chủ thể, đặc biệt là các hộ sản xuất nông nghiệp, còn chịu ảnh hưởng bởi phương thức sản xuất và kinh doanh truyền thống.

- Thứ hai, điều kiện nguồn lực đầu tư tại địa phương còn hạn chế. Việc phát triển hạ tầng công, cơ sở vật chất kỹ thuật và các dịch vụ hỗ trợ du lịch đòi hỏi nguồn vốn tương đối lớn, trong khi khả năng đầu tư của các hộ gia đình và hợp tác xã còn phụ thuộc nhiều vào nguồn lực tự có. Điều này gây khó khăn cho việc nâng cấp đồng bộ hệ thống lưu trú, ăn uống, giao thông và các tiện ích phục vụ khách du lịch.

- Thứ ba, nhu cầu và thị hiếu của du khách ngày càng đa dạng, trong khi sự cạnh tranh giữa các điểm đến du lịch nông nghiệp ngày càng tăng. Du khách không chỉ quan tâm đến việc tham quan và tìm hiểu hoạt động sản xuất mà còn có nhu cầu trải nghiệm chuyên sâu, nghỉ dưỡng, khám phá văn hóa và sử dụng các dịch vụ có chất lượng. Đây là áp lực khách quan đòi hỏi vùng trà Tân Cương phải liên tục đổi mới sản phẩm và nâng cao chất lượng phục vụ.

❖ *Nguyên nhân chủ quan*

- Thứ nhất, công tác quy hoạch, tổ chức và quản lý phát triển du lịch nông nghiệp chưa thực sự đồng bộ. Việc triển khai các định hướng phát triển du lịch chưa gắn kết chặt chẽ với điều kiện sản xuất nông nghiệp, khả năng cung ứng dịch vụ và nhu cầu thực tế của cộng đồng. Bên cạnh đó, cơ chế phối hợp giữa chính quyền, hợp tác xã, doanh nghiệp và người dân chưa rõ ràng, dẫn đến hoạt động khai thác du lịch còn phân tán, thiếu tính liên kết.

- Thứ hai, công tác nghiên cứu thị trường và phát triển sản phẩm chưa được đầu tư tương xứng. Các chủ thể địa phương chủ yếu khai thác những hoạt động sẵn có từ nghề trồng, chăm sóc và chế biến chè, trong khi việc phát triển sản phẩm mới, sản phẩm chế biến sâu và các chương trình trải nghiệm có tính chuyên đề chưa được chú trọng. Điều này làm hạn chế khả năng đáp ứng nhu cầu đa dạng của du khách và gia tăng giá trị từ tài nguyên nông nghiệp.

- Thứ ba, năng lực quản trị và tổ chức hoạt động du lịch của các chủ thể địa phương còn hạn chế. Phần lớn cơ sở tham gia cung ứng dịch vụ có quy mô nhỏ, hoạt động dựa trên kinh nghiệm thực tiễn, chưa chú trọng đúng mức đến đào tạo nghiệp vụ, kỹ năng

giao tiếp, ngoại ngữ và quản lý chất lượng dịch vụ. Đồng thời, tâm lý xem du lịch là hoạt động bổ trợ cho sản xuất chè khiến một bộ phận hộ dân chưa mạnh dạn đầu tư nguồn lực để phát triển du lịch thành hoạt động kinh doanh thường xuyên.

- Thứ tư, cơ chế liên kết và phân chia lợi ích giữa các bên tham gia chưa được thiết lập chặt chẽ. Sự phối hợp giữa chính quyền địa phương, doanh nghiệp lữ hành, hợp tác xã, hộ sản xuất chè và cộng đồng dân cư chưa hình thành được các chương trình hợp tác dài hạn. Kết quả phỏng vấn doanh nghiệp (Mã DN-08, DN-09) cũng cho thấy sự thiếu chặt chẽ trong liên kết giữa các chủ thể làm hạn chế khả năng xây dựng chuỗi sản phẩm du lịch đồng bộ và khai thác hiệu quả thị trường khách.
- Thứ năm, hoạt động xúc tiến, quảng bá và ứng dụng công nghệ số chưa được quan tâm tương xứng. Các cơ sở chủ yếu tập trung giới thiệu và tiêu thụ sản phẩm chè truyền thống, trong khi việc xây dựng hình ảnh du lịch nông nghiệp, phát triển nội dung truyền thông và kết nối với các doanh nghiệp lữ hành chưa được triển khai thường xuyên. Năng lực ứng dụng các nền tảng số trong quảng bá, tiếp cận và chăm sóc khách hàng còn chưa đồng đều, làm hạn chế khả năng mở rộng thị trường.

Kết quả phỏng vấn doanh nghiệp du lịch cho thấy một trong những nguyên nhân quan trọng làm hạn chế sự phát triển du lịch nông nghiệp tại vùng trà Tân Cương là sản phẩm du lịch còn đơn điệu, chủ yếu tập trung vào tham quan và trải nghiệm hái chè. Các dịch vụ bổ trợ như lưu trú, vui chơi giải trí còn thiếu, dẫn đến thời gian lưu trú của du khách ngắn và khó hình thành các chương trình du lịch có giá trị gia tăng cao. *(Mẫu phỏng vấn Mã DN – 06, DN – 07, DN – 09)*

Bên cạnh đó, doanh nghiệp cho rằng sự liên kết giữa chính quyền địa phương, hợp tác xã trà, cộng đồng dân cư và doanh nghiệp du lịch còn chưa chặt chẽ. Điều này làm hạn chế khả năng xây dựng chuỗi sản phẩm du lịch đồng bộ, ảnh hưởng đến hiệu quả khai thác thị trường khách. *(Mẫu phỏng vấn Mã DN – 08, DN – 09)*

Nhìn chung, có thể nhận thấy rằng những hạn chế trong phát triển du lịch nông nghiệp tại vùng trà Tân Cương xuất phát từ nhiều nguyên nhân khác nhau, bao gồm cả yếu tố khách quan và chủ quan. Việc nhận diện rõ các nguyên nhân này là cơ sở quan trọng để đề xuất những giải pháp phù hợp, góp phần nâng cao hiệu quả khai thác tiềm năng, gia tăng sức hấp dẫn và hướng tới phát triển du lịch nông nghiệp bền vững tại địa phương.

2.5. Phân tích SWOT về khả năng phát triển du lịch nông nghiệp vùng Trà Tân Cương, Thái Nguyên

Trên cơ sở kết quả khảo sát, phân tích thực trạng và đánh giá thực tế, hoạt động du lịch nông nghiệp ở vùng trà Tân Cương có những điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức. Cụ thể, các yếu tố được tổng hợp và phân tích như sau:

Bảng 2.13. Phân tích SWOT về khả năng phát triển du lịch nông nghiệp ở vùng trà Tân Cương

Điểm mạnh (Strengths)	**Điểm yếu (Weakness)**
S1. Vùng trà Tân Cương có thương hiệu nổi tiếng, giá trị kinh tế và văn hóa cao S2. Tài nguyên du lịch đặc trưng gắn với cây chè và văn hóa trà truyền thống. S3. Cảnh quan tự nhiên đẹp, môi trường trong lành, phù hợp phát triển trải nghiệm du lịch nông nghiệp S4. Lượng khách du lịch đến Thái Nguyên tăng nhanh, tạo thị trường tiềm năng. S5. Có định hướng, chính sách phát triển du lịch của địa phương. Được sự quan tâm của chính quyền địa phương S6. Cộng đồng địa phương am hiểu về Trà, thân thiện S7. Chương trình trải nghiệm linh hoạt, giá cả tương đối phù hợp S8. "*Tri thức trồng và chế biến chè Tân Cương*" được công nhận là di sản Văn hóa phi vật thể Quốc Gia	W1. Hoạt động du lịch còn mang tính tự phát, thiếu quy hoạch tổng thể, quy hoạch chưa phù hợp thực tế W2. Sản phẩm du lịch đơn điệu, chưa đa dạng và phong phú W3. Liên kết giữa các bên (người dân – HTX – doanh nghiệp – chính quyền) còn nhiều khó khăn. W4. Cơ sở hạ tầng và vật chất kỹ thuật phục vụ du lịch còn hạn chế, quy mô nhỏ chưa đáp ứng được số lượng khách lớn. W5. Nguồn nhân lực du lịch chưa được đào tạo kĩ năng bài bản, nghiệp vụ du lịch còn hạn chế. W6. Công tác quảng bá, xúc tiến du lịch chưa thật sự hiệu quả W7. Khả năng ứng dụng công nghệ số của người dân còn hạn chế
Cơ hội (Opportunities)	**Thách thức (Threats)**
O1. Môi trường chính trị – xã hội ổn định, tạo điều kiện thuận lợi cho phát triển du lịch an toàn, bền vững.	T1. Cạnh tranh với các điểm du lịch nông nghiệp khác trong nước. T2. Nguy cơ phát triển thiếu bền vững, ảnh hưởng đến môi trường và văn hóa.

O2. Xu hướng phát triển du lịch nông nghiệp, du lịch trải nghiệm ngày càng phổ biến và được du khách quan tâm O3. Nhu cầu du lịch gắn với thiên nhiên và văn hóa bản địa tăng cao. O4. Chính sách hỗ trợ phát triển du lịch nông nghiệp từ Nhà nước. O5. Khả năng liên kết phát triển du lịch vùng (Việt Bắc, trung du miền núi phía Bắc). O6. Tiềm năng thu hút đầu tư vào du lịch nông nghiệp và du lịch trà. O7. Cách mạng công nghiệp 4.0 mở ra cơ hội ứng dụng công nghệ thông tin, trí tuệ nhân tạo AI trong quản lý điểm đến, quảng bá du lịch thông minh và bán sản phẩm du lịch trực tuyến	T3. Tính thời vụ của hoạt động du lịch nông nghiệp. T4. Tác động của biến đổi khí hậu đến sản xuất chè. T5. Nguy cơ mai một bản sắc văn hóa địa phương khi phát triển du lịch. T6. Nhu cầu và thị hiếu của du khách thay đổi nhanh, đòi hỏi sản phẩm du lịch phải liên tục đổi mới và nâng cao chất lượng.
<u>Kết hợp điểm mạnh và cơ hội</u> <u>(S+O)</u> S1 + O2, O3: Xây dựng và phát triển thương hiệu du lịch nông nghiệp ở Tân Cương gắn với văn hóa Trà địa phương. S2 + O5: Phát triển các tour du lịch chuyên đề về trà kết hợp với các điểm du lịch trong vùng, các tỉnh lân cận để mở rộng không gian du lịch, tăng thời gian lưu trú và mức chi tiêu của khách. S8 + O7: Tăng cường quảng bá hình ảnh du lịch ở vùng trà thông qua nền tảng số, truyền thông,	**<u>Kết hợp điểm yếu và cơ hội</u> <u>(W+ O)</u>** W1 + O4: Xây dựng quy hoạch tổng thể phát triển du lịch nông nghiệp vùng Trà phù hợp với điều kiện thực tế W4 + O6: Đầu tư nâng cấp cơ sở hạ tầng, giao thông, cơ sở lưu trú, cơ sở ăn uống và dịch vụ du lịch. W5 + O4: Phát triển nguồn nhân lực du lịch như tổ chức tập huấn đào tạo kỹ năng, nghiệp vụ, ngoại ngữ cho người dân địa phương tham gia du lịch.

S4 + O6: Thu hút đầu tư phát triển du lịch nông nghiệp dựa trên lợi thế tài nguyên và xu hướng thị trường. S5 + O4: Tận dụng các chính sách hỗ trợ của địa phương để thúc đẩy phát triển du lịch nông nghiệp, đồng thời khai thác hiệu quả tiềm năng sẵn có nhằm xây dựng sản phẩm du lịch đặc trưng	W6 + O7: Đẩy mạnh hoạt động xúc tiến, quảng bá và xây dựng thương hiệu điểm đến. W3 + O5: Tăng cường liên kết phát triển du lịch vùng, hợp tác với các địa phương lân cận nhằm xây dựng các tuyến du lịch liên vùng, đa dạng hóa sản phẩm và mở rộng thị trường khách
Kết hợp điểm mạnh và thách thức (S+T) S1 + T1: Khai thác giá trị độc đáo của văn hóa trà để tạo sự khác biệt so với các điểm du lịch nông nghiệp khác. S2 + T5: Phát triển du lịch theo hướng bền vững, gắn với bảo vệ môi trường và bảo tồn văn hóa truyền thống. S6 + T1: Xây dựng các sản phẩm du lịch đặc trưng, nâng cao chất lượng trải nghiệm nhằm tăng sức cạnh tranh, phù hợp với nhiều đối tượng khách S5 + T2: Tăng cường vai trò của chính quyền địa phương trong quản lý hoạt động du lịch.	**Kết hợp điểm yếu và thách thức (W+T)** W1 + T2: Xây dựng cơ chế quản lý và quy hoạch phát triển du lịch chặt chẽ, tránh phát triển tự phát. W4 + T3: Nâng cấp, phát triển cơ sở hạ tầng và sản phẩm, thu hút khách du lịch quanh năm, giảm tính thời vụ. W5 + T5: Nâng cao nhận thức cộng đồng về phát triển du lịch bền vững và bảo tồn văn hóa. W1 + T5**:** Ban hành cơ chế quản lý du lịch gắn với bảo tồn văn hóa trà nhằm hạn chế nguy cơ mai một bản sắc địa phương.

(Nguồn: Tác giả phân tích và tổng hợp, 2026)

Trên cơ sở những điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức đã được phân tích, việc xây dựng các nhóm chiến lược SO, WO, ST và WT là cơ sở khoa học quan trọng để đề xuất hệ thống giải pháp phát triển du lịch nông nghiệp vùng trà Tân Cương theo hướng bền vững, phát huy tối đa lợi thế sẵn có, khắc phục các hạn chế và tận dụng hiệu quả các cơ hội trong bối cảnh phát triển du lịch hiện nay.

Tiểu kết chương 2

Trong chương 2, trên cơ sở khai thác các nguồn dữ liệu thứ cấp kết hợp với kết quả khảo sát thực địa, điều tra bảng hỏi và phỏng vấn sâu, tác giả đã nêu rõ tiềm năng phát triển du lịch nông nghiệp và thực trạng hoạt động du lịch nông nghiệp ở vùng trà Tân Cương, Thái Nguyên.

Kết quả phân tích cho thấy vùng trà Tân Cương sở hữu nhiều tiềm năng nổi bật để phát triển du lịch nông nghiệp, đặc biệt là lợi thế về tài nguyên nông nghiệp đặc thù gắn với sản phẩm trà, cảnh quan sinh thái đặc trưng và giá trị văn hóa trà truyền thống lâu đời. Trong những năm qua, địa phương đã từng bước hình thành và phát triển các sản phẩm du lịch nông nghiệp gắn với trải nghiệm sản xuất, chế biến và thưởng trà, góp phần quảng bá thương hiệu chè Tân Cương, để từ đó tạo thêm việc làm và nâng cao thu nhập cho người dân địa phương. Kết quả khảo sát cho thấy du khách đánh giá tích cực đối với hoạt động trải nghiệm và có ý định quay trở lại hoặc giới thiệu điểm đến cho người khác. Trên cơ sở phân tích thực trạng, tác giả đã làm rõ những hạn chế cũng như nguyên nhân dẫn đến các hạn chế. Đồng thời, việc phân tích ma trận SWOT đã giúp nhận diện một cách toàn diện các điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức đối với phát triển du lịch nông nghiệp vùng trà Tân Cương trong bối cảnh hiện nay. Đây là cơ sở quan trọng để định hướng và đề xuất các giải pháp phù hợp nhằm phát triển du lịch nông nghiệp trong thời gian tới theo hướng hiệu quả và bền vững. Những giải pháp sẽ được trình bày cụ thể trong Chương 3 của luận văn.

CHƯƠNG 3: ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DU LỊCH NÔNG NGHIỆP Ở VÙNG TRÀ TÂN CƯƠNG, THÁI NGUYÊN

3.1. Quan điểm và mục tiêu phát triển du lịch tỉnh Thái Nguyên

Trong "*Đề án Phát triển du lịch tỉnh Thái Nguyên giai đoạn 2026 – 2030*" của Tỉnh Ủy Thái Nguyên ban hành ngày 10 tháng 12 năm 2025, tỉnh Thái Nguyên cũng đã định hướng phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế quan trọng, góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế, tạo việc làm, nâng cao đời sống Nhân dân, đồng thời bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa, lịch sử, tự nhiên đặc trưng của vùng đất Thái Nguyên. Định hướng mới giai đoạn 2026 - 2030 nhấn mạnh chiến lược "hai trọng điểm, một trục động lực, một nền tảng", trong đó văn hóa trà tiếp tục là trung tâm để xây dựng thương hiệu du lịch Thái Nguyên.

3.1.1. Mục tiêu tổng quát

Mục tiêu tổng quát của phát triển du lịch tỉnh Thái Nguyên là: "*Đến năm 2030, đưa du lịch Thái Nguyên trở thành một trong những ngành kinh tế mũi nhọn của tỉnh, phát triển theo hướng bền vững, sáng tạo, có sức cạnh tranh cao. Phát triển hệ thống sản phẩm du lịch chất lượng, đa dạng, khai thác hiệu quả lợi thế của từng vùng, từng địa phương, phù hợp với xu hướng và nhu cầu của thị trường. Ưu tiên phát triển các sản phẩm du lịch nghỉ dưỡng cao cấp; đồng thời đẩy mạnh phát triển du lịch văn hóa gắn với bảo tồn và phát huy giá trị các di sản văn hóa, lịch sử, truyền thống; phát triển du lịch cộng đồng, du lịch nông nghiệp và nông thôn, du lịch sinh thái và kinh tế đêm, qua đó góp phần nâng cao giá trị gia tăng và sức hấp dẫn của điểm đến du lịch Thái Nguyên"*

3.1.2. Mục tiêu cụ thể đến năm 2030

Mục tiêu cụ thể đến năm 2030 được nêu ra như sau:

- Đón ít nhất 12 triệu lượt khách, trong đó: Khách nội địa đạt 11 triệu lượt khách và khách quốc tế đạt 1,0 triệu lượt khách.

- Tổng thu từ các hoạt động du lịch đạt trên 25.000 tỷ đồng/năm.

- Tạo việc làm cho khoảng 10.000 lao động trong lĩnh vực du lịch.

- Phát triển thêm ít nhất 300 cơ sở lưu trú du lịch; có ít nhất 5 khách sạn 4 đến 5 sao, trong đó có khách sạn 5 sao tại một số Phường, khu du lịch Hồ Núi Cốc và Hồ Ba Bể. Trong đó, các nhiệm vụ chủ yếu được đưa ra là:

- Tập trung xây dựng khu du lịch Hồ Núi Cốc gắn với khu vực sườn đông Tam Đảo và khu du lịch Hồ Ba Bể thành các trọng điểm du lịch sinh thái, nghỉ dưỡng, giải

trí cao cấp

- Đa dạng, nâng cao chất lượng các sản phẩm du lịch của tỉnh, trong đó có Phát triển du lịch cộng đồng, du lịch nông nghiệp, làng nghề gắn với văn hóa trà. Cụ thể "*Xác định du lịch cộng đồng, du lịch nông nghiệp gắn với văn hóa Trà là sản phẩm đặc trưng của tỉnh. Ưu tiên đầu tư, xây dựng các tour du lịch sinh thái tại các vùng trồng chè, chế biến trà tại các xã như: Tân Cương, La Bằng, Phú Lương và các vùng chè nổi tiếng của tỉnh; các tour du lịch nông nghiệp nông thôn, du lịch cộng đồng như tour Tân Cương - Đại Phúc - Hồ Núi Cốc - La Bằng - Quân Chu; tuyến Tân Cương - Đồng Hỷ - Văn Hán - Phú Lương - Vô Tranh - Phú Lạc - Phú Đình; tuyến Phú Lương - Bắc Kạn - Ba Bể. -Phát triển văn hóa trà trong hoạt động du lịch, khuyến khích các cơ sở kinh doanh, homestay, nhà hàng, điểm tham quan lồng ghép không gian trà đạo, văn hóa thưởng trà vào dịch vụ, góp phần lan tỏa giá trị văn hóa trà Thái Nguyên đến du khách trong nước và quốc tế".* Bên cạnh đó, là các chính sách phát triển du lịch văn hóa, lịch sử, tâm linh, lễ hội, xây dựng sản phẩm du lịch đô thị, hội nghị, hội thảo, sự kiện (MICE) gắn với văn hóa Trà, Du lịch khám phá hang động mạo hiểm, thể thao, …

- *Phát triển thị trường khách du lịch*: Thị trường du lịch được định hướng theo hai nhóm chính gồm nội địa và quốc tế. Đối với thị trường nội địa, trọng tâm là thu hút khách từ các trung tâm kinh tế lớn như Hà Nội, Hải Phòng, Quảng Ninh cùng các tỉnh trung du, miền núi phía Bắc và Bắc Trung Bộ. Đặc biệt, khu vực tam giác tăng trưởng Hà Nội – Hải Phòng – Quảng Ninh được xác định là động lực chính nhằm mở rộng nguồn khách từ đồng bằng Bắc Bộ. Bên cạnh đó, thị trường nội tỉnh và các địa phương lân cận, nhất là khu vực các khu công nghiệp, cũng được chú trọng khai thác. Đối với thị trường quốc tế, ưu tiên duy trì và phát triển các thị trường truyền thống như Hàn Quốc, Nhật Bản, Trung Quốc, các nước châu Âu và ASEAN, đồng thời mở rộng sang các thị trường tiềm năng gồm Ấn Độ, Úc, Hoa Kỳ và Canada.

- *Phát triển nguồn nhân lực du lịch:* Định hướng phát triển nguồn nhân lực du lịch, tập trung nâng cao tỷ lệ lao động được đào tạo chuyên môn, phấn đấu đến năm 2030 có trên 70% nhân lực ngành du lịch đáp ứng yêu cầu về số lượng, trình độ nghiệp vụ và năng lực ngoại ngữ. Đồng thời, chú trọng đào tạo nghề theo hướng thực hành, tăng cường hình thức truyền nghề và đào tạo tại chỗ nhằm nâng cao kỹ năng thực tiễn. Bên cạnh đó, mục tiêu đến năm 2030 là trên 80% lực lượng lao động trong lĩnh vực du lịch, bao gồm

ban quản lý các khu, điểm du lịch, nhân viên phục vụ tại các điểm đến và đội ngũ cán bộ quản lý nhà nước, được tham gia các chương trình đào tạo chuyên sâu nhằm nâng cao chất lượng nguồn nhân lực và hiệu quả quản lý.

- *Liên kết, hợp tác phát triển du lịch:* Định hướng phát triển du lịch nhấn mạnh tăng cường liên kết liên ngành và liên lĩnh vực nhằm đa dạng hóa sản phẩm và nâng cao chất lượng dịch vụ. Trọng tâm là thúc đẩy phối hợp giữa du lịch với các ngành nông nghiệp, môi trường và y tế để phát triển du lịch nông nghiệp, du lịch sinh thái dưới tán rừng và du lịch gắn với dược liệu; đồng thời liên kết với lĩnh vực thể thao để phát triển du lịch thể thao và mạo hiểm. Bên cạnh đó, hợp tác với các ngành vận tải như đường sắt, đường bộ và hàng không được chú trọng nhằm nâng cao khả năng kết nối và mở rộng thị trường khách. Song song với liên kết liên ngành, hoạt động hợp tác liên vùng và liên tỉnh được đẩy mạnh thông qua xây dựng

các sản phẩm du lịch chung có thương hiệu, tiêu biểu như liên kết các tỉnh Đông Bắc, vùng Thủ đô Hà Nội và khu vực đồng bằng sông Hồng. Đồng thời, hợp tác quốc tế được tăng cường nhằm phát triển thị trường khách quốc tế, hướng tới xây dựng Thái Nguyên trở thành trung tâm công nghiệp gắn với trải nghiệm tham quan sản xuất, nhà máy, đặc biệt thông qua thiết lập quan hệ với các doanh nghiệp lữ hành lớn để thu hút nhóm khách có khả năng chi tiêu cao

3.2. Đề xuất giải pháp phát triển DLNN ở vùng trà Tân Cương

Các giải pháp phát triển du lịch nông nghiệp ở vùng trà Tân Cương được đề xuất trên cơ sở tổng hợp kết quả khảo sát 286 du khách, phỏng vấn các bên liên quan, quan sát thực địa và phân tích SWOT tại Chương 2. Kết quả nghiên cứu cho thấy, Tân Cương có những lợi thế nổi bật về chất lượng và bản sắc sản phẩm trà, cảnh quan vùng chè, tri thức bản địa trong trồng và chế biến chè, cùng sự tham gia của cộng đồng địa phương. Tuy nhiên, các lợi thế này chưa được chuyển hóa đầy đủ thành hệ thống sản phẩm du lịch nông nghiệp có tính liên kết và khả năng lưu giữ khách.Các giải pháp được xây dựng theo hướng xử lý trực tiếp các hạn chế đã được nhận diện, đồng thời phát huy các lợi thế sẵn có của vùng trà. Các giải pháp tập trung vào ba nhóm: môi trường sinh thái nông thôn, sản phẩm và dịch vụ nông nghiệp, sản phẩm và dịch vụ du lịch.

3.2.1. Nhóm giải pháp về môi trường sinh thái nông thôn

3.2.1.1. *Giải pháp về bảo tồn môi trường sinh thái tự nhiên*

Môi trường sinh thái tự nhiên là một trong những điều kiện nền tảng tạo nên giá

trị của vùng trà Tân Cương, đồng thời có mối quan hệ trực tiếp với chất lượng sản phẩm chè và sức hấp dẫn của hoạt động du lịch nông nghiệp. Quá trình phát triển du lịch cũng đặt ra yêu cầu kiểm soát tốt hơn các vấn đề về vệ sinh môi trường, chất thải và việc duy trì cảnh quan nông thôn. Vì vậy, bảo tồn môi trường sinh thái tự nhiên cần được xác định là giải pháp nền tảng, được thực hiện đồng thời với sản xuất nông nghiệp và phát triển du lịch.

- *Thứ nhất, thúc đẩy sản xuất chè theo hướng an toàn và thân thiện với môi trường***:** Chính quyền địa phương và các HTX cần tiếp tục hướng dẫn, vận động hộ sản xuất giảm dần sự phụ thuộc vào phân bón hóa học và thuốc bảo vệ thực vật, sử dụng đúng loại, đúng liều lượng và đúng thời điểm; đồng thời khuyến khích áp dụng các quy trình sản xuất chè an toàn, VietGAP và từng bước tiếp cận sản xuất hữu cơ ở những khu vực có điều kiện. Việc sử dụng hợp lý vật tư nông nghiệp có ý nghĩa trong việc bảo vệ chất lượng đất, nguồn nước và hệ sinh thái vùng chè, đồng thời tạo ra môi trường sản xuất phù hợp để tổ chức các hoạt động tham quan và trải nghiệm nông nghiệp. Đối với những khu vực thường xuyên đón khách, cần ưu tiên các phương thức sản xuất bảo đảm vệ sinh và an toàn, hạn chế những hoạt động có nguy cơ ảnh hưởng trực tiếp đến trải nghiệm của du khách.

- *Thứ hai, bảo vệ đất, nguồn nước và hệ sinh thái gắn với vùng sản xuất chè:* Cần nâng cao ý thức của người dân trong việc sử dụng và bảo vệ nguồn nước phục vụ sản xuất; hạn chế tình trạng xả nước thải, hóa chất và các chất có nguy cơ gây ô nhiễm trực tiếp ra môi trường. Đối với các khu vực sản xuất trên địa hình đồi dốc, cần chú trọng các biện pháp bảo vệ đất, hạn chế rửa trôi và xói mòn, đồng thời duy trì thảm thực vật và hệ thống cây xanh phù hợp. Các hoạt động phát triển du lịch cần được tổ chức trên cơ sở tôn trọng sức chịu tải của môi trường, tránh làm gia tăng áp lực lên đất sản xuất, nguồn nước và cảnh quan tự nhiên.

- *Thứ ba, tăng cường quản lý chất thải phát sinh từ hoạt động sản xuất và du lịch:* Cần xây dựng và duy trì hệ thống thu gom, phân loại và xử lý rác thải phù hợp tại các khu vực thường xuyên có khách tham quan, đặc biệt là điểm dừng chân, khu vực trải nghiệm, cơ sở lưu trú và các tuyến đường vào vùng chè. Các cơ sở đón khách cần bố trí thùng chứa rác ở vị trí thuận tiện, khuyến khích phân loại rác tại nguồn và hạn chế sử dụng các sản phẩm nhựa dùng một lần. Đối với chất thải phát sinh từ hoạt động chế biến chè và sản xuất nông nghiệp, cần hướng dẫn người dân thu gom, tái sử dụng hoặc

xử lý phù hợp, tránh tập kết tùy tiện gây ảnh hưởng đến cảnh quan và môi trường sống. Đây cũng là một nội dung cần được lồng ghép vào tiêu chí đánh giá các hộ, HTX và cơ sở tham gia cung ứng dịch vụ du lịch nông nghiệp.

- *Thứ tư, duy trì và nâng cao chất lượng cảnh quan nông nghiệp***:** Cảnh quan nương chè là một trong những yếu tố tạo nên sức hấp dẫn của du lịch nông nghiệp tại Tân Cương. Do đó, cần khuyến khích cộng đồng duy trì diện tích chè, chăm sóc nương chè theo hướng sạch, gọn và hài hòa với cảnh quan chung; hạn chế tình trạng tập kết vật tư, phế thải sản xuất hoặc xây dựng công trình thiếu phù hợp trong không gian nương chè. Tại các tuyến tham quan, cần chú trọng chỉnh trang lối đi, hàng cây, khu vực nghỉ chân và các điểm quan sát nhưng tránh bê tông hóa hoặc xây dựng quá mức làm giảm tính tự nhiên của không gian nông nghiệp. Việc cải tạo cảnh quan nên dựa trên những đặc điểm vốn có của vùng trà, qua đó duy trì được tính chân thực và đặc trưng của không gian sản xuất chè.

- *Thứ năm, gắn bảo tồn môi trường với trách nhiệm của cộng đồng và du khách***:** Bảo vệ môi trường không chỉ là trách nhiệm của chính quyền mà cần có sự tham gia trực tiếp của hộ sản xuất, HTX, cơ sở kinh doanh và du khách. Chính quyền địa phương cần tăng cường tuyên truyền về bảo vệ môi trường trong cộng đồng; các HTX và cơ sở đón khách cần hướng dẫn du khách thực hiện các quy định về không xả rác, không làm ảnh hưởng đến cây trồng và không tự ý di chuyển hoặc tác động đến khu vực sản xuất. Có thể lồng ghép nội dung bảo vệ môi trường vào chương trình trải nghiệm, giúp du khách hiểu được mối quan hệ giữa phương thức sản xuất chè, chất lượng nông sản và cảnh quan vùng trà. Qua đó, hoạt động du lịch không chỉ khai thác môi trường tự nhiên mà còn góp phần nâng cao nhận thức và thúc đẩy trách nhiệm bảo vệ môi trường của các chủ thể tham gia.

- *Thứ sáu, tăng cường phối hợp quản lý và giám sát môi trường trong phát triển du lịch nông nghiệp***:** Chính quyền địa phương cần phối hợp với các HTX, hộ sản xuất và cơ sở kinh doanh để xây dựng những quy định phù hợp về vệ sinh môi trường, cảnh quan và sử dụng không gian sản xuất. Việc kiểm tra, giám sát cần được thực hiện thường xuyên nhưng theo hướng hỗ trợ, hướng dẫn và từng bước nâng cao ý thức tuân thủ của cộng đồng. Những cơ sở thực hiện tốt có thể được ưu tiên giới thiệu trong hoạt động quảng bá điểm đến hoặc kết nối với doanh nghiệp lữ hành. Đồng thời, cần khuyến khích

cộng đồng cùng tham gia giám sát những vấn đề có nguy cơ ảnh hưởng đến môi trường chung, bởi người dân là chủ thể trực tiếp sinh sống và sản xuất trong vùng trà.

3.2.1.2. *Giải pháp về bảo tồn giá trị di sản văn hoá trên địa bàn*

Tri thức và kỹ thuật trồng, chế biến chè là bộ phận quan trọng tạo nên bản sắc riêng của vùng trà. Đặc biệt, việc **"**Tri thức trồng và chế biến chè Tân Cương" được ghi danh là Di sản văn hóa phi vật thể quốc gia là cơ sở quan trọng để địa phương bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa trong phát triển du lịch nông nghiệp. Trong bối cảnh phát triển du lịch nông nghiệp, việc bảo tồn di sản cần được đặt trong mối quan hệ với đời sống sản xuất của cộng đồng, đồng thời bảo đảm di sản tiếp tục được thực hành và truyền dạy thay vì chỉ được giới thiệu như một giá trị văn hóa của địa phương. Trên cơ sở đó, các giải pháp bảo tồn và phát huy giá trị di sản văn hóa tại vùng trà Tân Cương cần tập trung vào các việc sau:

- *Thứ nhất, hệ thống hóa và tư liệu hóa các giá trị văn hóa gắn với nghề chè***:** Chính quyền địa phương phối hợp với các HTX, nghệ nhân, người có kinh nghiệm và cộng đồng dân cư cần tiến hành rà soát, ghi chép và tư liệu hóa những tri thức, kỹ thuật, câu chuyện và thực hành văn hóa liên quan đến nghề trồng và chế biến chè. Nội dung tư liệu hóa có thể bao gồm kinh nghiệm lựa chọn giống, chăm sóc, nhận biết thời điểm thu hái, kỹ thuật hái chè, chế biến, sao chè, bảo quản và pha trà; đồng thời ghi nhận những câu chuyện về quá trình hình thành và phát triển vùng trà, kinh nghiệm sản xuất được truyền qua các thế hệ. Việc tư liệu hóa cần chú trọng bảo đảm tính chính xác và vai trò của cộng đồng chủ thể, tránh tách di sản khỏi môi trường văn hóa và đời sống sản xuất thực tế.

- *Thứ hai, tăng cường truyền dạy tri thức và kỹ năng nghề chè cho thế hệ trẻ***:** Cần tạo điều kiện để những người có kinh nghiệm lâu năm, nghệ nhân và các hộ sản xuất tiêu biểu trực tiếp tham gia truyền dạy cho thế hệ trẻ. Hoạt động truyền dạy có thể được tổ chức dưới hình thức thực hành tại nương chè, cơ sở chế biến, HTX hoặc các không gian phù hợp với từng nội dung. Bên cạnh kỹ thuật sản xuất, cần chú trọng truyền đạt những giá trị, ý nghĩa và câu chuyện văn hóa gắn với nghề chè để thế hệ trẻ hiểu được vai trò của di sản đối với cộng đồng. Qua đó, việc bảo tồn không chỉ dừng lại ở lưu giữ hiện vật hoặc ghi chép thông tin mà tiếp tục duy trì được tri thức trong thực hành của cộng đồng.

- *Thứ ba, duy trì các thực hành và kỹ thuật truyền thống có giá trị đặc trưng:* Trong quá trình hiện đại hóa sản xuất, cần xác định những công đoạn và kỹ thuật có giá trị tiêu biểu để tiếp tục duy trì, đồng thời giới thiệu cho du khách trong quá trình trải nghiệm. Đối với nghề chè Tân Cương, những kỹ thuật liên quan đến thu hái, chế biến và sao chè có thể được tổ chức thành các hoạt động trình diễn hoặc trải nghiệm phù hợp. Việc ứng dụng máy móc hiện đại trong sản xuất cần được thực hiện theo hướng hỗ trợ nâng cao năng suất, chất lượng và điều kiện lao động, nhưng không làm mất đi những giá trị cốt lõi của kỹ thuật truyền thống. Điều này giúp tạo sự cân bằng giữa yêu cầu phát triển sản xuất với mục tiêu bảo tồn giá trị di sản.

3.2.1.3. *Giải pháp về nâng cấp hạ tầng công*

a) Xây dựng định hướng và phân khu không gian phát triển du lịch nông nghiệp

Trước hết, cần xây dựng định hướng không gian phát triển du lịch nông nghiệp phù hợp với đặc điểm sản xuất chè và phân bố các điểm tài nguyên du lịch của vùng trà. Việc quy hoạch cần hạn chế tình trạng phát triển tự phát, xây dựng cơ sở dịch vụ thiếu kiểm soát hoặc chuyển đổi không gian sản xuất nông nghiệp một cách thiếu phù hợp, qua đó bảo đảm cảnh quan đặc trưng của vùng trà được duy trì lâu dài. Có thể định hướng không gian phát triển theo ba nhóm chức năng có mối liên hệ với nhau:

- *Thứ nhất, khu vực bảo tồn cảnh quan sản xuất và không gian văn hóa chè:* Đây là khu vực tập trung vùng nguyên liệu, các hộ sản xuất chè và những làng nghề có giá trị về lịch sử, văn hóa và nghề truyền thống. Khu này tập trung tại vùng lõi là xã Tân Cương . Không gian này cần được ưu tiên cho hoạt động sản xuất, bảo tồn cảnh quan nương chè và phát huy các giá trị của nghề trồng, chế biến chè. Hoạt động du lịch chỉ nên được tổ chức ở mức phù hợp với năng lực tiếp nhận của cộng đồng và yêu cầu bảo vệ vùng sản xuất. Đối với các làng nghề chè truyền thống như Y Na 1, Y Na 2, Hồng Thái 1, Hồng Thái 2, Lam Sơn, Nam Thái và Soi Vàng, cần chú trọng bảo tồn không gian làng nghề, kiến trúc truyền thống và tri thức địa phương gắn với sản xuất chè.

- *Thứ hai, khu vực trung tâm dịch vụ và trải nghiệm du lịch:* Khu vực này tập trung các cơ sở có khả năng tổ chức hoạt động đón khách, giới thiệu sản phẩm, hướng dẫn trải nghiệm và cung cấp dịch vụ lưu trú, ăn uống. Không gian văn hóa Trà Tân Cương cùng các hợp tác xã và cơ sở đang có hoạt động du lịch như HTX Hảo Đạt, Tiến Yên Farmstay và HTX Thái Sinh có thể trở thành những điểm để hình thành mạng lưới

sản phẩm. Việc tập trung các dịch vụ tại một số điểm đầu mối sẽ giúp nâng cao chất lượng phục vụ, thuận lợi cho việc kết nối tour và giảm đầu tư dàn trải.

- *Thứ ba, khu vực kết nối sinh thái và cộng đồng:* Vùng trà cần được kết nối với các điểm du lịch có khả năng bổ trợ về tài nguyên và thị trường khách, chẳng hạn Khu bảo tồn làng nhà sàn sinh thái Thái Hải và Khu du lịch Hồ Núi Cốc, kết nối không gian trà xã Phúc Trìu, Phúc Xuân với tuyến đường vào Khu du lịch Hồ Núi Cốc. Việc kết nối này không chỉ giúp kéo dài hành trình của du khách mà còn tạo điều kiện xây dựng các chương trình du lịch liên kết, trong đó trải nghiệm sản xuất chè được đặt trong tổng thể cảnh quan nông nghiệp, văn hóa và sinh thái của Thái Nguyên.

Cùng với phân khu chức năng, cần xây dựng các nguyên tắc quản lý không gian và cảnh quan. Việc xây dựng các công trình phục vụ du lịch tại vùng chè cần hạn chế tình trạng bê tông hóa, xây dựng không phù hợp với cảnh quan nông thôn; khuyến khích sử dụng vật liệu, màu sắc và hình thức kiến trúc hài hòa với không gian nương chè. Đặc biệt, cần kiểm soát việc xây dựng các công trình lưu trú, nhà hàng và điểm dịch vụ tại những khu vực có giá trị cao về cảnh quan và sản xuất nông nghiệp.

b) Từng bước hoàn thiện hạ tầng giao thông và tiện ích công cộng

Hạ tầng giao thông và tiện ích công cộng là điều kiện nền tảng để nâng cao khả năng tiếp cận và chất lượng trải nghiệm của du khách. Kết quả khảo sát cho thấy chất lượng đường sá và hệ thống chỉ dẫn chưa đáp ứng đầy đủ nhu cầu, nhà vệ sinh công cộng là một trong những tiêu chí có mức đánh giá thấp. Vì vậy, đầu tư hạ tầng cần tập trung vào những điểm thực sự ảnh hưởng trực tiếp đến hành trình của du khách.

- Trước hết, cần cải thiện các tuyến đường kết nối từ các tuyến giao thông chính vào các khu vực sản xuất chè, hợp tác xã, làng nghề và cơ sở lưu trú. Đối với các tuyến đường nội vùng dẫn đến nương chè hoặc cơ sở sản xuất của hộ dân, cần ưu tiên sửa chữa những đoạn xuống cấp, bổ sung hệ thống chiếu sáng tại các vị trí cần thiết và bảo đảm an toàn cho phương tiện vận chuyển khách.

- Hệ thống biển chỉ dẫn cũng cần được chuẩn hóa theo một nhận diện thống nhất. Biển chỉ dẫn nên được bố trí từ các tuyến đường chính đến các điểm du lịch, hợp tác xã, làng nghề và khu vực trải nghiệm (từ trục đường ĐT267/Đường Tố Hữu rẽ vào các làng nghề và HTX chè). Nội dung cần ngắn gọn, dễ nhận biết, thống nhất về ký hiệu và có thể sử dụng song ngữ Việt – Anh tại những điểm thường xuyên đón khách ngoài

địa phương. Bên cạnh biển chỉ dẫn trực tiếp, cần từng bước ứng dụng mã QR để cung cấp thông tin về điểm đến, tuyến tham quan, sản phẩm và dịch vụ.

- Đối với tiện ích công cộng, cần ưu tiên xây dựng và bố trí nhà vệ sinh đạt yêu cầu tại các khu vực tập trung khách, trước mắt là khu vực Không gian văn hóa Trà và khu vực trung tâm xã. Hệ thống thùng rác cũng cần được bố trí hợp lý tại các tuyến tham quan, khu vực tập trung đông người và các điểm trải nghiệm. Có thể triển khai phân loại rác tại nguồn ở những điểm có điều kiện, đồng thời xây dựng quy định về thu gom và xử lý rác phát sinh từ hoạt động du lịch.

- Bên cạnh đó, cần quan tâm đến các tiện ích như điểm dừng chân, chỗ nghỉ tạm, bãi đỗ xe và khu vực đón khách. Những hạng mục này không nhất thiết phải đầu tư quy mô lớn mà có thể ưu tiên các giải pháp phù hợp với cảnh quan nông thôn, tận dụng không gian hiện có và huy động sự tham gia của cộng đồng.

3.2.1.4. *Giải pháp về hoàn thiện chính sách công*

- *Hoàn thiện quy hoạch và định hướng phát triển du lịch nông nghiệp:* Để phát triển du lịch nông nghiệp vùng trà Tân Cương theo hướng bền vững, trước hết cần hoàn thiện quy hoạch - cơ chế chính sách hỗ trợ và định hướng đầu tư phù hợp với điều kiện thực tế của địa phương. Chính quyền địa phương cần xây dựng quy hoạch tổng thể phát triển du lịch nông nghiệp gắn với quy hoạch phát triển kinh tế - xã hội và quy hoạch nông thôn mới. Hiện nay chính quyền 2 cấp cũng là yếu tố thuận lợi để chính quyền địa phương có thể lấy ý kiến của người dân để xây dựng kế hoạch và phát triển được đồng bộ, hài hòa. Đồng thời cũng cần có những chương trình học tập những mô hình du lịch tương tự để có bài học kinh nghiệm thực tế trước khi xây dựng đề án quy hoạch

- C*hính sách hỗ trợ đầu tư và huy động nguồn lực phát triển du lịch nông nghiệp:* Chính quyền địa phương cần ban hành chính sách thu hút vốn đầu tư hoặc hỗ trợ phát triển du lịch nông nghiệp như hỗ trợ vay vốn ưu đãi, hỗ trợ cải tạo cảnh quan, đầu tư cơ sở vật chất phục vụ du lịch và khuyến khích người dân chuyển đổi mô hình sản xuất kết hợp du lịch, đào tạo nguồn nhân lực, xúc tiến quảng bá,.. Nguồn vốn hỗ trợ này có thể huy động nguồn vốn xã hội hóa từ các doanh nghiệp du lịch và các tổ chức kinh tế.. Chính quyền địa phương cần phối hợp với các tổ chức tín dụng để tuyên truyền và tạo điều kiện cho hộ dân, hợp tác xã tiếp cận các chương trình tín dụng phù hợp nhằm

cải tạo nhà ở thành homestay, farmstay, nâng cấp khu vực đón khách, mua sắm thiết bị chế biến chè và thiết bị phục vụ trải nghiệm. Việc hỗ trợ vốn cần đi kèm hướng dẫn về phương án sử dụng vốn, tiêu chuẩn dịch vụ và khả năng hoàn vốn, tránh đầu tư dàn trải hoặc xây dựng cơ sở vật chất nhưng không có khả năng khai thác.

- *Đơn giản hóa và hỗ trợ tiếp cận các chính sách phát triển du lịch:* Đồng thời, cần công khai và hướng dẫn rõ các thủ tục liên quan đến đăng ký kinh doanh, tham gia Chương trình OCOP, xây dựng sản phẩm du lịch cộng đồng và tiếp cận các chính sách hỗ trợ. Chính quyền cơ sở có thể xây dựng bộ tài liệu hướng dẫn đơn giản, tổ chức các buổi tư vấn trực tiếp và hỗ trợ người dân hoàn thiện hồ sơ. Qua đó, giảm chi phí tiếp cận chính sách và tăng khả năng tham gia của các hộ sản xuất nhỏ.

- *Tăng cường cơ chế phối hợp và quản lý phát triển du lịch nông nghiệp:* Xây dựng cơ chế quản lý chặt chẽ, tăng cường sự liên kết và phối hợp giữa các bên liên quan trong phát triển du lịch. Thiết lập quy chế hoạt động rõ ràng, phân rõ trách nhiệm cụ thể giữa chính quyền địa phương, doanh nghiệp và cộng đồng dân cư; qua đó nâng cao hiệu quả quản lý, khai thác tài nguyên du lịch hợp lý

3.2.2. Nhóm giải pháp về phát triển sản phẩm và dịch vụ nông nghiệp

3.2.2.1. Giải pháp về phát triển sản phẩm đặc hữu

- *Nâng cao chất lượng và chuẩn hóa vùng chè nguyên liệu:* Trước hết, cần tiếp tục nâng cao chất lượng vùng chè nguyên liệu, coi đây là nền tảng của cả sản phẩm nông nghiệp và sản phẩm du lịch. Mở rộng diện tích chè sản xuất theo tiêu chuẩn VietGAP và chuyển đổi sang quy trình hữu cơ (Organic) để bảo vệ môi trường sinh thái và đảm bảo an toàn tuyệt đối cho du khách khi trực tiếp trải nghiệm hái chè tại vườn. Việc mở rộng diện tích sản xuất theo các tiêu chuẩn an toàn cần được thực hiện phù hợp với điều kiện thực tế của từng hộ và từng vùng sản xuất. Cùng với nâng cao chất lượng sản xuất, cần bảo tồn các giống chè có giá trị và tri thức bản địa về trồng, chăm sóc, thu hái và chế biến chè. Đối với sản phẩm chè thương mại, cần tăng cường truy xuất nguồn gốc thông qua mã QR, cung cấp thông tin về vùng nguyên liệu, cơ sở sản xuất, quy trình chế biến và tiêu chuẩn chất lượng. Điều này giúp nâng cao niềm tin của người tiêu dùng.

- *Đa dạng hóa sản phẩm chế biến từ trà và quà lưu niệm:* Để khắc phục tình trạng sản phẩm trà còn đơn điệu, các hợp tác xã và hộ sản xuất cần từng bước phát triển

các sản phẩm có giá trị gia tăng cao hơn từ nguyên liệu chè. Có thể nghiên cứu phát triển thêm các dòng trà túi lọc, bột trà xanh, sản phẩm trà ướp hoa, các sản phẩm đồ uống từ trà và một số sản phẩm thực phẩm có sử dụng trà làm nguyên liệu. Việc phát triển sản phẩm chế biến sâu cần dựa trên nghiên cứu thị trường, bảo đảm chất lượng và an toàn thực phẩm, tránh phát triển quá nhiều sản phẩm nhưng không có khả năng tiêu thụ. Mỗi hợp tác xã có thể lựa chọn một số dòng sản phẩm chủ lực phù hợp với năng lực sản xuất và nhóm khách hàng mục tiêu.

Bên cạnh sản phẩm tiêu dùng, cần phát triển hệ thống quà lưu niệm mang dấu ấn vùng trà. Có thể khai thác chè khô, lá chè, hình ảnh nương chè và biểu tượng văn hóa Tân Cương để tạo ra túi thơm, hộp trà, bao bì, túi canvas, quạt cầm tay, đồ lưu niệm bằng tre, vải hoặc các vật liệu thân thiện với môi trường. Bao bì cần thể hiện rõ nguồn gốc Tân Cương và câu chuyện về sản phẩm để tăng giá trị cảm nhận của du khách. Một số hình ảnh quà lưu niệm minh họa được tác giả trình bày tại Phụ lục 03.

3.2.2.2. Giải pháp về tăng cường sự tham gia của cộng đồng địa phương

- *Thứ nhất, tổ chức lại hoạt động sản xuất và cung ứng dịch vụ nông nghiệp theo hướng liên kết cộng đồng và chuẩn hóa chất lượng*: Tại vùng trà Tân Cương, cần khuyến khích các hộ trồng chè liên kết theo tổ hợp tác, nhóm hộ hoặc hợp tác xã theo từng vùng sản xuất, từng làng nghề, từng khu vực có điều kiện tương đồng. Trên cơ sở đó, xây dựng quy trình thống nhất về chăm sóc, thu hái, sơ chế và bảo quản chè, đặc biệt đối với nguồn nguyên liệu phục vụ các cơ sở đón khách du lịch. Các hộ tham gia cần được hướng dẫn thống nhất về thời điểm hái, tiêu chuẩn búp chè, vệ sinh trong thu hái và sơ chế nhằm hạn chế sự chênh lệch về chất lượng nguyên liệu. Đối với dịch vụ trải nghiệm nông nghiệp, có thể hình thành nhóm hộ cung ứng dịch vụ cộng đồng theo lịch đăng ký, luân phiên đón khách, qua đó giảm tình trạng cung ứng tự phát và tạo thêm nguồn thu trực tiếp cho người dân.

- *Thứ hai, xây dựng cơ chế liên kết và phân chia lợi ích hài hòa cộng đồng địa phương – HTX/doanh nghiệp – chính quyền địa phương:* Cần chuyển từ liên kết chủ yếu dựa trên thỏa thuận ngắn hạn sang các hình thức hợp tác có cam kết rõ ràng về sản lượng, chất lượng, giá thu mua, thời gian thanh toán và trách nhiệm của từng bên. Các HTX, doanh nghiệp chè tại Tân Cương có thể đóng vai trò đầu mối thu mua, chế biến, xây dựng thương hiệu và kết nối thị trường; hộ dân tập trung sản xuất nguyên liệu đạt chuẩn;

doanh nghiệp lữ hành đảm nhận thị trường khách và thiết kế chương trình trải nghiệm. Đối với sản phẩm du lịch nông nghiệp, cần xác định rõ tỷ lệ hoặc mức chi trả cho hộ dân trực tiếp tham gia các hoạt động như hướng dẫn hái chè, sao chè, thưởng trà, lưu trú, ẩm thực và bán sản phẩm tại hộ. Cách thức này giúp người dân nhìn thấy lợi ích trực tiếp từ du lịch, từ đó tăng động lực tham gia và duy trì chất lượng dịch vụ.

- *Thứ ba, hình thành cơ chế huy động và sử dụng lao động cộng đồng phù hợp với mùa vụ chè*: Do sản xuất chè Tân Cương có tính mùa vụ và thường thiếu lao động vào thời điểm thu hái tập trung, cần xây dựng mạng lưới lao động cộng đồng tại các xóm, làng nghề để hỗ trợ lẫn nhau trong mùa cao điểm. Các HTX có thể lập danh sách lao động theo từng nhóm công việc như thu hái, sơ chế, chế biến, phục vụ khách và hướng dẫn trải nghiệm, đồng thời tổ chức đào tạo ngắn hạn để người dân có thể đảm nhiệm nhiều công việc khác nhau. Vào thời gian thấp điểm sản xuất, lực lượng này có thể chuyển sang phục vụ các hoạt động du lịch nông nghiệp, qua đó giảm tính thời vụ của việc làm và tăng thu nhập cho cộng đồng.

- *Thứ tư, bảo tồn và phát huy tri thức bản địa nghề chè Tân Cương:* Cần tiến hành tư liệu hóa có hệ thống các tri thức và kỹ thuật truyền thống của người dân Tân Cương, từ lựa chọn giống, chăm sóc, nhận biết thời điểm thu hái, kỹ thuật hái chè, sao chè, vò chè, tạo hương đến phương thức bảo quản và thưởng trà. Việc tư liệu hóa có thể thực hiện thông qua phỏng vấn các nghệ nhân, người cao tuổi và hộ có kinh nghiệm lâu năm, kết hợp ghi hình, chụp ảnh và xây dựng cơ sở dữ liệu cộng đồng. Đặc biệt, những tri thức này không chỉ phục vụ bảo tồn mà cần được chuyển hóa thành nội dung trải nghiệm, chẳng hạn du khách trực tiếp hái chè, học cách phân biệt búp chè, thực hành sao chè truyền thống và nghe người dân kể về lịch sử, tập quán nghề chè Tân Cương.

3.2.3. Nhóm giải pháp về phát triển sản phẩm và dịch vụ du lịch

3.2.3.1. Giải pháp về phát triển hoạt động trải nghiệm

a) Đổi mới & da dạng hóa hoạt động trải nghiệm du lịch nông nghiệp

❖ *Xây dựng hệ thống trải nghiệm nông nghiệp theo mùa*

Một trong những hạn chế của du lịch nông nghiệp là tính phụ thuộc vào mùa vụ. Để khắc phục vấn đề này, cần xây dựng hệ thống trải nghiệm dựa trên đặc điểm sản xuất chè và đời sống cộng đồng trong từng thời điểm của năm.

Vào mùa xuân, có thể tập trung vào các hoạt động tham quan nương chè, tìm hiểu lứa chè đầu năm, trải nghiệm hái chè và tham gia các sự kiện, lễ hội liên quan đến trà. Đây cũng là thời điểm phù hợp để xây dựng các chương trình trải nghiệm cảnh quan và chụp ảnh.

Vào mùa hè, có thể phát triển trải nghiệm thu hái, chế biến chè, thưởng trà, tham quan nông trại, cắm trại và lưu trú tại farmstay. Các hoạt động cần được tổ chức phù hợp với điều kiện thời tiết và bảo đảm an toàn cho du khách.

Vào mùa thu, có thể tập trung vào các hoạt động thưởng trà, tìm hiểu nghệ thuật pha trà, trải nghiệm chế biến trà ướp hoa và các chương trình văn hóa gắn với cộng đồng.

Vào mùa đông, có thể phát triển các hoạt động trong không gian nhà ở và cơ sở dịch vụ như thưởng trà, thiền trà, trải nghiệm ngâm chân thảo dược, giao lưu văn hóa và tìm hiểu nghề truyền thống. Việc xây dựng sản phẩm theo mùa giúp giảm sự phụ thuộc vào một thời điểm nhất định và tạo cơ sở để thu hút khách quanh năm.

❖ *Phát triển sản phẩm du lịch chăm sóc sức khỏe gắn với trải nghiệm trà và không gian nông nghiệp*

Đây là hướng đa dạng hóa sản phẩm du lịch nông nghiệp thông qua việc tích hợp các hoạt động chăm sóc sức khỏe và thư giãn. Xu hướng kết hợp du lịch với chăm sóc sức khỏe ngày càng được quan tâm, trong đó nhiều điểm đến khai thác không gian thiên nhiên, hoạt động vận động nhẹ, thư giãn, ẩm thực và các sản phẩm bản địa để tạo thành những trải nghiệm giúp du khách nghỉ ngơi và phục hồi tinh thần. Đối với vùng trà Tân Cương, hướng phát triển này có thể được vận dụng trên cơ sở kết hợp không gian nương chè, cảnh quan nông nghiệp, sản phẩm trà, hoạt động trải nghiệm sản xuất và hệ thống lưu trú của cộng đồng. Nhật Bản có kinh nghiệm phát triển du lịch chăm sóc sức khỏe dựa trên sự kết hợp giữa thiên nhiên, trà, thiền và các hoạt động thư giãn. Tiêu biểu là hình thức Shinrin-yoku (tắm rừng), trong đó du khách đi bộ chậm, cảm nhận không gian tự nhiên và kết hợp nghỉ ngơi, thư giãn. Bên cạnh đó, trà đạo Nhật Bản chú trọng không gian yên tĩnh, thao tác chậm và sự tập trung trong quá trình pha, thưởng thức trà. Những yếu tố này cho thấy tài nguyên tự nhiên và văn hóa có thể được chuyển hóa thành trải nghiệm chăm sóc sức khỏe mà không nhất thiết phụ thuộc vào cơ sở nghỉ dưỡng quy mô lớn. Đối với Tân Cương, kinh nghiệm này có thể vận dụng bằng cách kết hợp đi bộ

giữa đồi chè, thư giãn, thiền nhẹ, tìm hiểu nghề chè và thưởng trà. Trong đó, không gian đồi chè đóng vai trò là không gian trải nghiệm và thư giãn, còn trà và tri thức bản địa là nội dung tạo nên bản sắc riêng của sản phẩm. Trên cơ sở đó, nghiên cứu đề xuất xây dựng sản phẩm "*Tân Cương trà – Chạm vào bình yên*" vừa đáp ứng nhu cầu thư giãn của du khách, vừa tăng giá trị trải nghiệm đối với cây chè, đa dạng hóa sản phẩm du lịch nông nghiệp và tạo thêm cơ hội tham gia cho cộng đồng địa phương. Căn cứ vào điều kiện cơ sở hạ tầng, hệ thống dịch vụ và nhu cầu của du khách tại vùng trà Tân Cương, việc phát triển sản phẩm du lịch nông nghiệp cần được triển khai theo hai giai đoạn:

- ***Giai đoạn ngắn hạn:*** Ưu tiên hoàn thiện các sản phẩm tham quan, trải nghiệm trong ngày (Day-trip), tập trung vào các hoạt động khám phá đồi chè, hái chè theo mùa, tìm hiểu quy trình chế biến, thưởng trà và trải nghiệm ẩm thực địa phương. Đây là hướng phát triển phù hợp với điều kiện hiện tại, không đòi hỏi hệ thống lưu trú tại chỗ phát triển đồng bộ. Đối với du khách có nhu cầu nghỉ qua đêm, có thể kết nối với các cơ sở lưu trú tại trung tâm thành phố Thái Nguyên.

- ***Giai đoạn trung và dài hạn:*** Từng bước nghiên cứu phát triển sản phẩm nghỉ dưỡng 2 ngày 1 đêm, kết hợp trải nghiệm văn hóa trà, hoạt động chăm sóc sức khỏe và sinh hoạt cộng đồng. Tuy nhiên, sản phẩm này chỉ nên triển khai khi địa phương đáp ứng được các điều kiện cần thiết về hệ thống homestay, farmstay đạt tiêu chuẩn, dịch vụ ăn uống và hoạt động bổ trợ vào buổi tối, đồng thời có phương án tổ chức trải nghiệm phù hợp với tính mùa vụ của cây chè.

Trên cơ sở lộ trình đó, sản phẩm "*Tân Cương trà – Chạm vào bình yên*" được đề xuất theo hướng ưu tiên chương trình trải nghiệm trong ngày ở giai đoạn hiện tại, đồng thời định hướng mở rộng thành sản phẩm nghỉ dưỡng trong giai đoạn tiếp theo. Nội dung sản phẩm đề xuất được trình bày dưới đây:

Bảng 3.1. Lịch trình tour "Tân Cương Trà – Chạm vào bình yên"

Sản phẩm tour **"Tân Cương trà – Chạm vào bình yên"** *Gia đoạn ngắn hạn - Thời lượng: 01 ngày* *Định hướng: Du lịch chăm sóc sức khỏe kết hợp trải nghiệm văn hóa trà và nghỉ ngơi trong không gian nông nghiệp*.

Thời gian	Hoạt động	Nội dung trải nghiệm
07:30 - 08:00	Đón khách	Đón khách tại TP. Thái Nguyên, di chuyển đến vùng trà Tân Cương.
08:00 - 09:00	Khám phá đồi chè	Đi bộ nhẹ giữa nương chè, ngắm cảnh, tìm hiểu điều kiện tự nhiên và vùng nguyên liệu chè.
09:00 - 10:30	Trải nghiệm nghề chè	Hái chè theo mùa, tìm hiểu kỹ thuật chăm sóc, thu hái và tham gia một số công đoạn chế biến chè.
10:30 - 11:30	Từ búp chè đến chén trà	Quan sát/thực hành sao chè, tìm hiểu kỹ thuật chế biến và tri thức bản địa về nghề chè.
11:30 - 13:00	Ẩm thực và nghỉ trưa	Thưởng thức món ăn địa phương, nghỉ ngơi tại nhà dân, HTX hoặc farmstay.
13:00 - 13:45	Ngâm chân thư giãn vớii nước trà xanh	Ngâm chân trong nước trà xanh ấm, kết hợp nghỉ ngơi trong không gian yên tĩnh.
13:45 - 14:30	Sống chậm giữa vùng trà	Hít thở, thư giãn hoặc thiền nhẹ; cảm nhận không gian, âm thanh và cảnh quan đồi chè.
14:30 - 15:30	Thưởng trà Tân Cương	Học cách pha trà, cảm nhận hương vị và tìm hiểu văn hóa, lịch sử nghề chè địa phương.

15:30 - 16:15	Khám phá sản phẩm địa phương	Tham quan và lựa chọn chè, sản phẩm từ chè và đặc sản địa phương.
16:15 - 16:30	Kết thúc hành trình	Chụp ảnh, tổng kết trải nghiệm và trở về TP. Thái Nguyên.
Sản phẩm tour **"Tân Cương trà – Chạm vào bình yên"** *Sản phẩm định hướng trung và dài hạn - Thời lượng: 02 ngày 1 đêm* *Định hướng: Du lịch chăm sóc sức khỏe kết hợp trải nghiệm văn hóa trà và nghỉ ngơi trong không gian nông nghiệp*.		
NGÀY 1: ĐÁNH THỨC GIÁC QUAN & CHỮA LÀNH TÂM TRÍ		
Thời gian	**Hoạt động**	**Nội dung trải nghiệm**
08:00 - 10:30	Đón khách & Welcome Tea	Thưởng thức trà đinh hữu cơ đón tiếp, lắng nghe giới thiệu liệu trình chăm sóc sức khỏe và nhận bộ quà tặng sức khỏe.
10:30 - 11:30	Tắm xanh nương trà	Thực hành đi bộ chân trần tiếp đất giữa không gian triền trà xanh, hít thở khí trời trung du thanh sạch giúp hạ chỉ số căng thẳng.
11:30 - 13:30	Ẩm thực & Nghỉ trưa	Thưởng thức bữa trưa thực dưỡng kết hợp lá trà tươi (Gà hấp lá trà, Tôm chao trà xanh, Canh thảo mộc). Nghỉ ngơi tại nhà sàn thoáng mát.
14:30 - 16:30	Nông nghiệp trị liệu	Cùng nghệ nhân hái trà đinh chuẩn "1 tôm 2 lá", tự tay sao chè trên chảo đồng truyền thống. Vận động

		cơ thể nhẹ nhàng và cảm nhận hương thơm chè mới.
17:00 - 18:30	Ngâm tắm thảo dược trà xanh	Thư giãn với liệu pháp ngâm chân/ tắm thảo dược chiết xuất từ lá trà tươi kết hợp thuốc nam dân gian giúp lưu thông khí huyết, sát khuẩn da.
19:00 - 21:00	Đêm trà thiền & Thả lỏng tâm trí	Bữa tối thanh nhẹ. Trải nghiệm không gian Trà Thiền kết hợp âm thanh thiền định, thưởng thức trà hỗ trợ giấc ngủ sâu.
NGÀY 2: TÁI TẠO NĂNG LƯỢNG & KẾT NỐI TỰ NHIÊN		
06:00 - 07:15	Yoga đón bình minh tại đồi trà	Tập Yoga & Thiền thở Pranayama giữa không gian nương trà buổi sáng, giúp giãn cơ, kích thích tuần hoàn máu và tái tạo năng lượng tích cực.
07:30 - 08:30	Bữa sáng thực dưỡng	Dùng điểm tâm thanh lọc (cháo ngũ cốc, bánh matcha hữu cơ) kết hợp thưởng thức tách trà sớm tĩnh tâm.
08:30 - 10:30	Workshop sản phẩm dưỡng sinh	Hướng dẫn tự làm bột Matcha thủ công, túi thơm trà thảo dược hoặc trải nghiệm chưng cất tinh dầu trà mang về làm kỷ niệm.
10:30 - 11:30	Không gian Trà & Nông sản OCOP	Tham quan khu trưng bày sản phẩm OCOP Tân Cương, chọn

		mua các dòng trà cao cấp (Trà Đinh, Trà Nõn Tôm) và nông sản sạch.
11:30 - 13:30	Bữa trưa chia tay & Kết thúc	Bữa trưa thực dưỡng nhẹ nhàng, chia sẻ cảm nhận sau hành trình, làm thủ tục trả phòng và khởi hành về lại điểm xuất phát.

(Nguồn: Tác giả xây dựng và đề xuất, 2026)

Một số hình ảnh minh họa tour trải nghiệm trong sản phẩm "*Tân Cương trà – Chạm vào bình yên*", được tác giả trình bày tại Phụ lục 04.

Chương trình *"Tân Cương Trà – Chạm vào bình yên*" được đề xuất như một sản phẩm du lịch nông nghiệp kết hợp nghỉ dưỡng và thư giãn, khai thác tổng hợp các giá trị cảnh quan đồi chè, tri thức bản địa trong trồng và chế biến chè, văn hóa thưởng trà và không gian sinh thái nông thôn. Bên cạnh hoạt động tham quan, tìm hiểu quy trình sản xuất chè, chương trình bổ sung các trải nghiệm như thiền trà, yoga, đi bộ giữa đồi chè, ngâm chân nước trà xanh và thưởng thức ẩm thực địa phương, góp phần đa dạng hóa sản phẩm du lịch tại vùng trà Tân Cương.

Sản phẩm được thiết kế theo hai phương án: chương trình một ngày và chương trình hai ngày một đêm, hướng đến các gia đình, nhóm bạn, khách trung niên, nhân viên văn phòng và những người có nhu cầu trải nghiệm thiên nhiên, tìm hiểu văn hóa trà kết hợp nghỉ ngơi, thư giãn. Đối với chương trình hai ngày một đêm, quy mô dự kiến khoảng 15–20 khách/đoàn nhằm bảo đảm chất lượng phục vụ, tăng tính kết nối và hạn chế tác động đến không gian sản xuất nông nghiệp.

Về tổ chức thực hiện, chương trình cần có sự phối hợp giữa doanh nghiệp lữ hành, hợp tác xã chè, cơ sở farmstay/homestay, hộ sản xuất và các đơn vị cung cấp dịch vụ tại địa phương. Trong đó, doanh nghiệp lữ hành đảm nhiệm thiết kế và tổ chức tour, hợp tác xã, hộ sản xuất cung cấp không gian và hướng dẫn trải nghiệm nghề chè, các cơ sở lưu trú, ẩm thực và dịch vụ thư giãn đảm nhận những hoạt động tương ứng. Nội dung trải nghiệm cần điều chỉnh linh hoạt theo mùa vụ và thời tiết: mùa xuân, mùa thu ưu tiên tham quan, đi bộ và trải nghiệm trên đồi chè, mùa hè bố trí hoạt động ngoài trời vào

sáng sớm hoặc chiều muộn, mùa đông tập trung vào văn hóa trà, ẩm thực và các hoạt động thư giãn trong không gian kín.

Về chi phí, chương trình một ngày có mức chi phí dự kiến khoảng 680.000 đồng/khách, giá bán đề xuất từ 800.000 - 900.000 đồng/khách. Đối với chương trình hai ngày một đêm, chi phí ước tính khoảng 1.500.000 - 1.950.000 đồng/khách, giá bán dự kiến từ 1.900.000 - 2.300.000 đồng/khách. Các mức giá trên mang tính định hướng trên cơ sở cấu thành dịch vụ dự kiến, cần tiếp tục khảo sát giá thực tế, tính toán định mức chi phí và thống nhất với các đơn vị cung ứng trước khi triển khai.

Kết quả khảo sát 286 du khách cho thấy 83,6% lựa chọn thời gian tham quan từ nửa ngày đến một ngày. Đây là căn cứ để ưu tiên triển khai chương trình một ngày trong giai đoạn đầu nhằm kiểm nghiệm nhu cầu thị trường, khả năng phối hợp giữa các đơn vị cung ứng và chất lượng dịch vụ. Trên cơ sở kết quả thử nghiệm, từng bước hoàn thiện chương trình hai ngày một đêm. Tuy nhiên, đây là sản phẩm định hướng cho giai đoạn trung và dài hạn, chưa phải sản phẩm có thể triển khai đồng bộ ngay trong điều kiện hiện nay. Việc tổ chức cần gắn với các điều kiện: (1) phát triển hệ thống homestay, farmstay bảo đảm chất lượng và an toàn cho du khách; (2) hoàn thiện dịch vụ ăn uống, giao lưu văn hóa và hoạt động trải nghiệm vào buổi tối; (3) tăng cường liên kết giữa hợp tác xã, hộ sản xuất chè và đơn vị lữ hành; (4) xây dựng phương án thay thế hoạt động trải nghiệm ngoài trời trong thời kỳ cây chè đốn tỉa hoặc không thuận lợi cho tham quan cảnh quan. Các hoạt động yoga, thiền nhẹ, đi bộ và ngâm chân nước trà xanh được định vị là dịch vụ trải nghiệm, thư giãn và chăm sóc sức khỏe thông thường, không thay thế các dịch vụ y tế hoặc điều trị chuyên môn.

Bên cạnh đó, tính mùa vụ trong sản xuất chè cũng là yếu tố cần được tính đến khi tổ chức hoạt động du lịch nông nghiệp. Vào thời kỳ cây chè đốn tỉa, cảnh quan đồi chè có thể không duy trì được màu xanh đặc trưng, làm giảm sức hấp dẫn của các hoạt động tham quan, chụp ảnh và trải nghiệm ngoài trời. Vì vậy, cần đa dạng hóa các hoạt động thay thế, chuyển trọng tâm sang khai thác không gian văn hóa trà trong nhà, tìm hiểu lịch sử và tri thức nghề chè, thưởng thức ẩm thực từ trà, học nghệ thuật pha trà, thiền trà và các hoạt động thư giãn, chăm sóc sức khỏe như ngâm chân bằng nước trà. Qua đó, sản phẩm du lịch không chỉ phụ thuộc vào cảnh quan đồi chè mà còn phát huy giá trị văn hóa, tri thức bản địa và sản phẩm đặc hữu của địa phương, góp phần duy trì sức hấp dẫn và hạn chế ảnh hưởng của tính mùa vụ.

❖ *Xây dựng câu chuyện điểm đến và nâng cao chất lượng thuyết minh*

Bên cạnh hoạt động trực tiếp, cần chú trọng xây dựng nội dung kể chuyện về vùng trà. Những câu chuyện liên quan đến lịch sử hình thành vùng chè, nghề trồng và chế biến chè, quá trình xây dựng thương hiệu trà Tân Cương và các nhân vật, sự kiện gắn với vùng trà có thể được lựa chọn, kiểm chứng và sử dụng trong thuyết minh. Lồng ghép vào lời thuyết minh tour các câu chuyện di sản về Bác sĩ Nghệ Sở (Nguyễn Đình Tuấn), Trung sĩ Đội Năm (Vũ Văn Hiết) và thương hiệu trà "Cánh Hạc" đạt giải Nhất Đấu Xảo Hà Nội năm 1935.Việc ứng dụng storytelling sẽ giúp du khách hiểu sâu hơn về ý nghĩa của sản phẩm trà thay vì chỉ quan sát quy trình sản xuất. Nội dung thuyết minh cần được xây dựng thống nhất, tránh tình trạng mỗi điểm kể một câu chuyện khác nhau hoặc sử dụng những thông tin chưa được kiểm chứng.

❖ *Điều chỉnh thời lượng và nhịp độ chương trình hợp lý*

Theo kết quả đã khảo sát, có 51,4% du khách có nhu cầu lựa chọn chương trình du lịch một ngày, cho thấy đây là khoảng thời gian phù hợp với khả năng tiếp cận và nhu cầu trải nghiệm hiện nay của khách đến vùng trà Tân Cương. Vì vậy, cần thiết kế các chương trình một ngày theo hướng tập trung, vừa sức và có nhịp độ trải nghiệm hợp lý, tránh bố trí quá nhiều hoạt động liên tục làm giảm thời gian nghỉ ngơi và chất lượng trải nghiệm. Lịch trình nên ưu tiên các hoạt động đặc trưng như tham quan nương chè, đi bộ nhẹ, trải nghiệm hái và chế biến chè, thưởng trà, sử dụng ẩm thực địa phương và thư giãn trong không gian nông nghiệp; đồng thời bố trí khoảng nghỉ phù hợp giữa các hoạt động.

Bên cạnh đó, cần hoàn thiện chương trình tour hai ngày một đêm theo hướng chuyên sâu và có chất lượng cao, tạo sự khác biệt so với chương trình một ngày và khuyến khích du khách kéo dài thời gian lưu trú. Tour hai ngày có thể bổ sung các hoạt động có tính thư giãn và trải nghiệm sâu như thiền, yoga, ngâm chân với nước trà xanh, trải nghiệm nông nghiệp, workshop sản phẩm từ trà, thưởng trà buổi tối và lưu trú tại farmstay, homestay hoặc cơ sở lưu trú của cộng đồng, xem biểu diễn nghệ thuật truyền thống,…Các hoạt động cần được phân bổ với nhịp độ chậm hơn, dành đủ thời gian cho nghỉ ngơi, giao lưu và cảm nhận không gian vùng trà. Việc phân hóa rõ tour một ngày và tour hai ngày một đêm không chỉ giúp đáp ứng các nhu cầu khác nhau của du khách mà còn tạo ra lộ trình phát triển sản phẩm từ trải nghiệm ngắn ngày sang trải nghiệm chuyên sâu. Trong đó, tour một ngày có thể đóng vai trò là sản phẩm tiếp cận ban đầu,

còn tour hai ngày một đêm là sản phẩm nâng cao nhằm gia tăng thời gian lưu trú, mức chi tiêu và mức độ tham gia của du khách vào các hoạt động nông nghiệp, văn hóa và dịch vụ do cộng đồng địa phương cung cấp.

❖ *Nâng cao năng lực phục vụ du lịch & kỹ năng ngoại ngữ cho cộng đồng*

Tăng cường công tác tuyên truyền, nâng cao nhận thức của người dân về vai trò, lợi ích và cơ hội mà du lịch nông nghiệp mang lại. Tổ chức các lớp tập huấn nghiệp vụ cho cộng đồng địa phương như đào tạo nghiệp vụ hướng dẫn du lịch, kỹ năng giao tiếp, kĩ năng phục vụ khách, thuyết minh điểm đến, kỹ năng tổ chức hoạt động trải nghiệm và kiến thức về văn hóa trà. Bên cạnh đó, Tạo điều kiện tổ chức chương trình tham quan học tập tại các mô hình du lịch nông nghiệp tương tự để học tập và trao đổi kinh nghiệm.

- Nâng cao năng lực ngoại ngữ cho cộng đồng địa phương để sẵn sàng giao tiếp và phục vụ khách du lịch Quốc tế. Biên soạn Sổ tay bỏ túi *"Tiếng Anh giao tiếp du lịch vùng Trà Tân Cương"*; Có thể tham gia các lớp học giao tiếp ngắn hạn, học những câu giao tiếp cơ bản, những mẫu hội thoại cơ bản trong đón tiếp khách hàng, thủ tục checkin - checkout cho khách,..
- Tổ chức các hội thi như thuyết minh giỏi, hướng dẫn viên giỏi, tay nghề giỏi,.. nhằm tạo cơ hội cho cộng đồng địa phương giao lưu, học hỏi và trao đổi kinh nghiệm chuyên môn trong hoạt động du lịch. Nội dung của hội thi có thể gắn với kỹ năng thuyết minh về vùng trà, giới thiệu quy trình sản xuất, hướng dẫn trải nghiệm du lịch nông nghiệp, kỹ năng giao tiếp và xử lý tình huống với du khách. Các hội thi có thể được tổ chức riêng hoặc lồng ghép trong các sự kiện, lễ hội trà nhằm tăng tính hấp dẫn và thu hút sự tham gia của cộng đồng địa phương cũng như du khách thập phương tới tham dự.
- Khuyến khích sự tham gia của thanh niên, phụ nữ và các hợp tác xã trà vào các hoạt động phát triển du lịch thông qua việc hỗ trợ khởi nghiệp, xây dựng sản phẩm du lịch nông nghiệp, phát triển dịch vụ trải nghiệm và kinh doanh các sản phẩm OCOP gắn với trà Tân Cương. Việc phát huy vai trò của các nhóm cộng đồng sẽ góp phần đa dạng hóa sản phẩm du lịch, nâng cao chất lượng dịch vụ và tạo thêm việc làm, thu nhập cho người dân địa phương.
- Xây dựng cơ chế chia sẻ lợi ích công bằng giữa các bên tham gia hoạt động du lịch. Chính quyền địa phương, doanh nghiệp, hợp tác xã và cộng đồng cần có sự phối hợp chặt chẽ trong việc phân chia lợi ích, tạo điều kiện để người dân được hưởng lợi trực tiếp từ hoạt động du lịch. Khi nhận thấy những lợi ích thiết thực, cộng đồng sẽ có động

lực tham gia tích cực hơn vào việc bảo vệ tài nguyên và phát triển du lịch. Đồng thời, cần phát huy vai trò của các tổ chức đoàn thể như hội nông dân, hội phụ nữ, đoàn thanh niên và các hợp tác xã trà trong việc vận động, hướng dẫn và hỗ trợ người dân tham gia các hoạt động du lịch. Các tổ chức này có thể trở thành cầu nối giữa chính quyền, doanh nghiệp và cộng đồng, góp phần nâng cao hiệu quả liên kết trong phát triển du lịch nông nghiệp.

❖ *Xây dựng cơ chế phối hợp giữa Hợp tác xã (HTX) - Hộ nông dân - Doanh nghiệp lữ hành*

Cần xây dựng cơ chế phối hợp giữa hợp tác xã (HTX), hộ nông dân và doanh nghiệp lữ hành trong tổ chức hoạt động du lịch nông nghiệp. Trong đó, HTX giữ vai trò đầu mối điều phối chương trình, tiếp nhận và phân luồng khách, kết nối các hộ tham gia cung ứng dịch vụ; doanh nghiệp lữ hành đảm nhiệm quảng bá, xây dựng chương trình và đưa khách đến địa phương. Các hộ nông dân được phân công theo năng lực và điều kiện thực tế, có thể chuyên môn hóa thành nhóm hộ tập trung sản xuất chè, cung cấp nguyên liệu và nhóm hộ trực tiếp đón khách, tổ chức hoạt động trải nghiệm. Cách phân công này góp phần sử dụng hiệu quả nguồn lực tại chỗ, hạn chế tình trạng một hộ phải đồng thời đảm nhiệm cả sản xuất và phục vụ du lịch, qua đó giảm áp lực lao động và nâng cao chất lượng dịch vụ.

❖ *Bảo tồn tính nguyên bản của văn hóa trà*

Trong quá trình phát triển sản phẩm du lịch, cần xây dựng bộ quy tắc ứng xử và tiêu chuẩn tổ chức hoạt động trải nghiệm văn hóa trà nhằm bảo đảm tính nguyên bản của tri thức và quy trình sản xuất truyền thống. Du khách cần được hướng dẫn tuân thủ quy định tại các khu vực sản xuất, chế biến chè, tôn trọng người thực hành và các công đoạn nghề truyền thống. Đặc biệt, không vì mục đích rút ngắn thời gian tham quan hoặc tăng tính trình diễn mà tùy tiện thay đổi, giản lược hay công nghiệp hóa quy trình sao chè truyền thống. Các hoạt động giới thiệu, trình diễn cho khách cần được tổ chức phù hợp với quy trình thực tế, bảo đảm tính chân thực và không làm sai lệch giá trị văn hóa nghề chè Tân Cương. Qua đó, du lịch trở thành phương thức giới thiệu và phát huy di sản, đồng thời góp phần duy trì tri thức bản địa và bản sắc văn hóa trà của địa phương.

b) Giải pháp liên kết – kết nối để xây dựng chương trình chuyên biệt về trà và đa dạng hóa sản phẩm du lịch

Các sản phẩm du lịch đơn lẻ, mang tính cục bộ địa phương đang dần giảm sức hút đối với du khách, đặc biệt là phân khúc khách du lịch có mức chi trả cao và nhu cầu

trải nghiệm chuyên sâu. Do đó, việc xây dựng cơ chế liên kết vùng và liên vùng nhằm hình thành các chương trình du lịch chuyên biệt về trà đóng vai trò đòn bẩy chiến lược. Giải pháp này không chỉ giúp gia tăng giá trị chuỗi sản phẩm du lịch trà của Thái Nguyên mà còn định vị lại không gian du lịch sinh thái - di sản văn hóa trà của cả vùng Đông Bắc và Việt Nam.

❖ *Liên kết nội vùng: Phát triển không gian du lịch Trà Đông Bắc*

Xây dựng tuyến du lịch chuyên đề "Hành trình di sản trà Đông Bắc"

- Nội dung kết nối: Thiết lập tuyến du lịch liên tỉnh hoàn chỉnh kết nối không gian du lịch trà trung du Thái Nguyên (vùng trà Tân Cương nói riêng và với các địa danh trọng điểm như Đại Phúc, La Bằng, Trại Cài, Khe Cốc tại tỉnh Thái Nguyên nói chung) với không gian trà núi cao Shan Tuyết cổ thụ tại Hà Giang (Phìn Hồ, Tây Côn Lĩnh), Tuyên Quang (Hồng Thái), Yên Bái (Sùng Đô, Suối Giàng) và Lạng Sơn (Mẫu Sơn).

- Giá trị sản phẩm đặc trưng: Xây dựng câu chuyện du lịch dựa trên sự đối lập và chuyển tiếp sinh thái. Du khách sẽ được trải nghiệm trọn vẹn hành trình từ những đồi trà đòn bát úp được quy hoạch canh tác bài bản, hiện đại ở vùng đồi bát úp trung du Thái Nguyên đến những vùng rừng trà Shan Tuyết cổ thụ hàng trăm năm tuổi sinh trưởng hoàn toàn tự nhiên giữa không gian mây ngàn núi cao. Hành trình này mang lại trải nghiệm thị giác, vị giác và tri thức đa dạng về sinh thái cây trà Việt Nam.

Hình thành "Hành lang văn hóa Trà - Di sản bản địa"

- Tích hợp văn hóa bản địa vào sản phẩm du lịch: Cây trà không tồn tại độc lập mà luôn gắn liền với đời sống kinh tế, xã hội và tâm linh của cộng đồng các dân tộc thiểu số. Tuyến liên kết này hướng tới việc gắn chặt trải nghiệm thưởng trà với không gian văn hóa bản địa:

- Tại Thái Nguyên: Khám phá văn hóa trà Tân Cương, trà La Bằng, trà Đại Phúc gắn liền với không gian văn hóa Tày, Sán Dìu, Dao.

- Tại các tỉnh núi cao Đông Bắc: Trải nghiệm tri thức dân gian thu hái và chế biến trà Shan Tuyết gắn với bản sắc văn hóa dân tộc Dao Áo Dài, H'Mông, Tày.

- Mở rộng chuỗi liên kết danh thắng – di sản: Kết hợp các điểm đến trà với các tài nguyên du lịch tự nhiên và địa chất nổi tiếng của vùng. Cụ thể, kết nối điểm nhấn *Trà Tân Cương - Hồ Núi Cốc* (Thái Nguyên) nối tiếp tuyến hành trình đến *Công viên Địa chất toàn cầu Cao nguyên đá Đồng Văn* (Tuyên Quang) hoặc *Hồ Ba Bể* (Thái Nguyên). Sự kết hợp này giải quyết bài toán đa dạng hóa hoạt động du lịch, kéo dài thời

gian lưu trú và tăng mức chi tiêu của du khách.

❖ *Liên kết liên vùng: Xây dựng thương hiệu và mở rộng thị trường tiêu thụ du lịch*

Thiết lập trục kết nối di sản "Con đường Trà Việt Nam" (Đông Bắc – Tây Bắc – Tây Nguyên)

- Chiến lược hợp tác: Thái Nguyên chủ động đóng vai trò hạt nhân để liên kết với các thủ phủ trà lớn trên toàn quốc, trọng tâm là Mộc Châu (Sơn La) ở vùng Tây Bắc và Bảo Lộc (Lâm Đồng) ở vùng Tây Nguyên, hình thành nên chuỗi tour du lịch chuyên đề xuyên Việt dành riêng cho nhóm khách có nhu cầu đặc thù (trà sư, các nhà nghiên cứu văn hóa và du khách quốc tế).

- Điểm nhấn trải nghiệm phân tách hương vị: Xây dựng nội dung hành trình giúp du khách so sánh, cảm nhận trọn vẹn sự khác biệt trong "Tứ đại danh trà" hoặc các dòng trà đặc trưng Việt Nam theo nguyên lý *"Thái Sơn Nam Bái"*: Trà xanh Thái Nguyên (Đông Bắc) nổi bật với sắc nước vàng xanh, hương cốm non tự nhiên, vị chát đậm đà và hậu ngọt sâu. Trà núi cao Tây Bắc mang hương vị thanh hoang sơ, chát dịu, đượm khí trời của vùng cao. Trà Olong Bảo Lộc (Tây Nguyên) đặc trưng bởi hương thơm hoa cỏ nồng nàn, vị ngọt dịu hiện đại nhờ công nghệ chế biến tiên tiến.

3.2.1.5. Giải pháp về hoàn thiện cơ sở vật chất kĩ thuật du lịch

- *Nâng cấp cơ sở lưu trú Homestay/Farmstay:* Để kéo dài thời gian lưu trú, cần phát triển hệ thống homestay và farmstay gắn với không gian sản xuất chè. Các hộ dân có điều kiện có thể cải tạo một phần nhà ở thành phòng lưu trú, ưu tiên hướng nhìn ra nương chè và giữ được nét đặc trưng của không gian nông thôn. Việc phát triển lưu trú cần chú trọng các tiêu chí cơ bản như vệ sinh, an toàn, phòng ngủ, nhà tắm, khu vực sinh hoạt chung, internet, phương án phòng cháy chữa cháy và khả năng phục vụ khách theo nhóm. Không nên chỉ tập trung vào số lượng phòng mà cần nâng cao chất lượng trải nghiệm. Các mô hình đang có khả năng thu hút khách như Tiến Yên Farmstay và một số cơ sở của các hợp tác xã có thể trở thành mô hình tham khảo để hướng dẫn các hộ dân khác. Xây dựng mới và mở rộng cơ sở ăn uống sẵn có, đồng thời khai thác và bổ sung các đặc sản địa phương nhằm đa dạng hóa dịch vụ, đáp ứng nhu cầu của nhiều nhóm khách du lịch. Các cơ sở ăn uống sáng tạo thêm món ăn đặc sắc, có kết hợp thành phần từ trà để tạo điểm nhấn khác biệt và nâng cao sự độc đáo. Đồng thời, thiết kế và bố trí quầy đồ uống phục vụ tại chỗ hoặc mang đi với các sản phẩm chế biến từ trà như trà sữa pha máy, trà sữa đặc sản, trà sữa trung du và các loại đồ uống sáng tạo khác. Việc đa

dạng hóa thực đơn theo hướng gắn với nguyên liệu trà không chỉ nâng cao trải nghiệm của du khách mà còn tăng mức chi tiêu, tạo thêm thu nhập cho cộng đồng địa phương.

- *Đột phá dịch vụ ẩm thực từ Trà xanh và đồ uống từ trà*: Ẩm thực là một thành phần quan trọng giúp chuyển giá trị của nông sản thành dịch vụ du lịch. Tại vùng trà Tân Cương, trà không chỉ là sản phẩm để uống mà có thể trở thành nguyên liệu tạo ra các trải nghiệm ẩm thực đặc trưng. Các farmstay, hợp tác xã và cơ sở phục vụ khách có thể nghiên cứu xây dựng thêm một số món ăn sử dụng trà xanh hoặc lá trà làm nguyên liệu, đồng thời xây dựng thực đơn phù hợp với khả năng chế biến của từng cơ sở. Các món ăn cần được nghiên cứu về hương vị, cách trình bày và câu chuyện gắn với nguyên liệu địa phương trước khi đưa vào phục vụ thường xuyên. Bên cạnh trà truyền thống, có thể phát triển các loại đồ uống hiện đại từ trà nhằm tiếp cận nhóm du khách trẻ. Tuy nhiên, các sản phẩm mới cần được xây dựng trên nền tảng nhận diện rõ nguồn nguyên liệu Tân Cương, tránh làm mất đi bản sắc của sản phẩm trà. Sự kết hợp giữa trà truyền thống và hình thức tiêu dùng hiện đại sẽ tạo thêm lựa chọn cho du khách nhưng vẫn duy trì giá trị cốt lõi của vùng trà

- *Bổ sung dịch vụ bổ sung:* Cần mở rộng hệ thống điểm bán sản phẩm OCOP, quà lưu niệm và các mặt hàng thủ công mỹ nghệ mang bản sắc văn hóa trà. Các sản phẩm lưu niệm cần được thiết kế sáng tạo, có tính thẩm mỹ cao và phù hợp với nhu cầu của nhiều nhóm khách khác nhau. Bên cạnh đó, cần chú trọng phát triển các dịch vụ hỗ trợ du khách như điểm cung cấp thông tin du lịch, dịch vụ cho thuê xe đạp, xe điện tham quan vùng trà, hệ thống đặt vé và thanh toán điện tử, … Đồng thời, phát triển các dịch vụ chăm sóc sức khỏe như thiền trà, ngâm chân bằng nước trà, massage thảo dược, yoga giữa không gian đồi chè nhằm tạo ra những trải nghiệm thư giãn gắn với thiên, giúp du khách phục hồi thể chất, thư giãn cơ thể, giảm căng thẳng,.. nhằm đáp ứng xu hướng du lịch nghỉ dưỡng và chăm sóc sức khỏe đang ngày càng phát triển.

3.2.3.2. Giải pháp về đẩy mạnh xúc tiến, quảng bá

- *Tăng cường xúc tiến, quảng bá du lịch nông nghiệp*: Tổ chức các chương trình xúc tiến, quảng bá hình ảnh du lịch nông nghiệp vùng trà Tân Cương gắn với thương hiệu du lịch Thái Nguyên, chủ động tham gia hội chợ du lịch, diễn đàn, hội thảo và các sự kiện xúc tiến du lịch trong và ngoài tỉnh để giới thiệu sản phẩm, hình ảnh và giá trị đặc trưng của vùng trà. Bên cạnh đó cần tăng cường quảng bá số thông qua phát huy vai

trò của cộng đồng địa phương. Bên cạnh việc khai thác các cổng thông tin và nền tảng truyền thông chung như mô hình ***"****Mỗi nông dân/HTX là một kênh kể chuyện" (Storytelling)*, trong đó người dân và các HTX trực tiếp tham gia tạo lập và lan tỏa nội dung về vùng trà Tân Cương. Các chủ thể được hướng dẫn kỹ năng quay, dựng video ngắn trên TikTok, Facebook Reels, livestream các hoạt động sản xuất, đặc biệt là quy trình sao chế chè thủ công và các hoạt động trải nghiệm tại nông hộ. Đồng thời, tích hợp mã QR trên sản phẩm và tại các điểm du lịch để cung cấp thông tin về nguồn gốc sản phẩm, câu chuyện vùng trà, người sản xuất và các chương trình trải nghiệm. Giải pháp này góp phần đa dạng hóa phương thức quảng bá, tăng tính chân thực của nội dung truyền thông, nâng cao khả năng tương tác với du khách và tạo sự kết nối trực tiếp giữa sản phẩm nông nghiệp, người dân và hoạt động du lịch nông nghiệp.

- *Đẩy mạnh chương trình Farmtrip và kết nối doanh nghiệp*: Tiếp tục tổ chức các chương trình Farmtrip, mời doanh nghiệp, cơ quan quản lý, đại biểu và đối tác du lịch ngoài tỉnh đến khảo sát, trải nghiệm thực tế tại vùng trà. Qua đó, tạo điều kiện kết nối giữa các doanh nghiệp du lịch trong và ngoài tỉnh, hình thành các chuỗi liên kết sản phẩm, mở rộng thị trường khách và tiếp nhận ý kiến để hoàn thiện chất lượng dịch vụ.

- *Liên kết Tân Cương với hệ thống điểm đến của Thái Nguyên:* Không phát triển vùng trà Tân Cương như một điểm đến độc lập mà cần đặt trong mạng lưới điểm đến của tỉnh. Có thể xây dựng các tuyến liên kết như Tân Cương - Hồ Núi Cốc - Thái Hải - Hồ Ba Bể, đồng thời kết nối với các điểm du lịch lịch sử, văn hóa và sinh thái khác của Thái Nguyên tùy theo đặc điểm từng thị trường khách. Cách tiếp cận này góp phần đa dạng hóa hành trình và tạo điều kiện kéo dài thời gian lưu trú.

- *Liên kết với doanh nghiệp lữ hành trong và ngoài tỉnh*: Xây dựng cơ chế phối hợp với các công ty lữ hành tại Thái Nguyên và các tỉnh lân cận để đưa sản phẩm trải nghiệm trà và du lịch nông nghiệp Tân Cương vào chương trình tour. Ưu tiên xây dựng các chương trình chuyên đề về trà, tour liên kết vùng và tour kết hợp giữa trải nghiệm nông nghiệp với văn hóa, lịch sử, sinh thái nhằm mở rộng thị trường khách.

- *Phát huy vai trò của hệ thống khách sạn và cơ sở lưu trú:* Các khách sạn, homestay và cơ sở lưu trú tại trung tâm thành phố Thái Nguyên có thể trở thành điểm trung chuyển thông tin và phân phối sản phẩm du lịch Tân Cương. Bố trí brochure, bản đồ, mã QR, màn hình giới thiệu và thông tin về các chương trình trải nghiệm tại khu vực lễ tân, sảnh chờ; đồng thời phối hợp với đơn vị tổ chức tour trong tư vấn, đặt dịch vụ và

hỗ trợ đưa đón khách.

- *Gắn liên kết du lịch với tiêu thụ sản phẩm nông nghiệp:* Kết hợp hoạt động trải nghiệm với quảng bá và tiêu thụ trà Tân Cương cùng các sản phẩm nông nghiệp đặc trưng. Sau chuyến đi, du khách có thể tiếp tục mua sản phẩm thông qua cửa hàng tại điểm đến, hệ thống bán hàng trực tiếp và các kênh trực tuyến. Qua đó, du lịch trở thành một kênh mở rộng thị trường và gia tăng giá trị cho sản phẩm nông nghiệp của cộng đồng địa phương.

- *Xây dựng cơ chế liên kết và phân phối sản phẩm*: Hình thành cơ chế phối hợp giữa cơ quan quản lý – cộng đồng/HTX – đơn vị lữ hành – cơ sở lưu trú – các điểm du lịch liên kết trong xây dựng, quảng bá, bán và tổ chức chương trình trải nghiệm. Việc phân công rõ vai trò của từng bên sẽ giúp hạn chế tình trạng hoạt động riêng lẻ, nâng cao khả năng kết nối sản phẩm và tạo chuỗi giá trị du lịch nông nghiệp bền vững cho vùng trà Tân Cương.

Tiểu kết chương 3

Trên cơ sở phân tích tiềm năng, thực trạng, những kết quả đạt được, hạn chế và nguyên nhân của hoạt động du lịch nông nghiệp ở vùng trà Tân Cương trong chương 2, chương 3 đã đề xuất các định hướng và giải pháp nhằm phát triển du lịch nông nghiệp tại địa phương theo hướng hiệu quả và bền vững. Các giải pháp được xây dựng trên cơ sở bám sát quan điểm, mục tiêu phát triển du lịch của tỉnh Thái Nguyên, đồng thời gắn với điều kiện thực tiễn của vùng trà Tân Cương.

Nội dung chương 3 đã tập trung vào một số nhóm giải pháp chủ yếu, bao gồm: (1) nhóm giải pháp về môi trường sinh thái nông thôn (bảo tồn môi trường sinh thái tự nhiên, bảo tồn giá trị di sản văn hoá, nâng cấp hạ tầng công, hoàn thiện chính sách công); (2) nhóm giải pháp về phát triển sản phẩm và dịch vụ nông nghiệp (phát triển sản phẩm đặc hữu, tăng cường sự tham gia của cộng đồng địa phương); (3) nhóm giải pháp về phát triển sản phẩm và dịch vụ du lịch (phát triển hoạt động trải nghiệm, hoàn thiện cơ sở vật chất kĩ thuật du lịch, đẩy mạnh xúc tiếng – quảng bá). Các giải pháp này hướng tới việc khắc phục những hạn chế đã được nhận diện trong quá trình nghiên cứu.

Nếu được triển khai đồng bộ, các giải pháp và kiến nghị này sẽ góp phần nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch, tăng sức cạnh tranh của điểm đến, kéo dài thời gian lưu trú, gia tăng mức chi tiêu của du khách và cải thiện sinh kế cho người dân địa phương. Qua đó, du lịch nông nghiệp vùng trà Tân Cương có thể phát triển theo hướng bền vững, vừa đóng góp vào phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh Thái Nguyên, vừa góp phần bảo tồn và phát huy giá trị đặc sắc của thương hiệu trà Tân Cương.

KẾT LUẬN

Du lịch nông nghiệp đang trở thành xu hướng phát triển phù hợp trong bối cảnh chuyển dịch cơ cấu kinh tế nông thôn và khai thác giá trị tài nguyên bản địa theo hướng bền vững. Vùng trà Tân Cương, Thái Nguyên có lợi thế về cảnh quan sinh thái, truyền thống canh tác chè lâu đời và giá trị văn hóa trà đặc sắc, có nhiều điều kiện thuận lợi để phát triển loại hình du lịch nông nghiệp.

Luận văn với bố cục 3 chương đã giải quyết được các vấn đề chủ yếu sau:

Thứ nhất, luận văn đã hệ thống hóa và làm rõ cơ sở lý luận về du lịch nông nghiệp thông qua việc tổng hợp các khái niệm, đặc điểm, vai trò, điều kiện phát triển cũng như những tác động của loại hình du lịch này đối với kinh tế, văn hóa – xã hội và môi trường. Bên cạnh đó, luận văn đã vận dụng và phân tích các cơ sở lý thuyết liên quan như lý thuyết phát triển du lịch bền vững và lý thuyết hệ thống du lịch nhằm tạo nền tảng khoa học cho nghiên cứu. Đồng thời, luận văn tổng hợp kinh nghiệm thực tiễn trong và ngoài nước, từ đó xây dựng khung nghiên cứu phù hợp làm nền tảng cho việc nghiên cứu tại vùng trà Tân Cương.

Thứ hai, luận văn đã phân tích tiềm năng phát triển du lịch nông nghiệp tại vùng trà Tân Cương, qua đó xác định được những lợi thế nổi bật có thể khai thác để phát triển loại hình du lịch này.

Thứ ba, luận văn đã làm rõ thực trạng phát triển du lịch nông nghiệp tại khu vực nghiên cứu, chỉ ra những kết quả đạt được cũng như các hạn chế còn tồn tại, nguyên nhân của các hạn chế. Trên cơ sở phân tích SWOT, luận văn đã xác định được các cơ hội và thách thức trong quá trình phát triển du lịch nông nghiệp ở vùng trà Tân Cương, qua đó làm căn cứ khoa học cho việc đề xuất các định hướng phát triển phù hợp với điều kiện thực tế của địa phương.

Thứ tư, luận văn đã đề xuất giải pháp mang tính đồng bộ và khả thi nhằm phát triển du lịch nông nghiệp ở vùng trà Tân Cương theo hướng bền vững, bao gồm: (1) nhóm giải pháp về môi trường sinh thái nông thôn (bảo tồn môi trường sinh thái tự nhiên, bảo tồn giá trị di sản văn hoá, nâng cấp hạ tầng công, hoàn thiện chính sách công); (2) nhóm giải pháp về phát triển sản phẩm và dịch vụ nông nghiệp (phát triển sản phẩm đặc hữu, tăng cường sự tham gia của cộng đồng địa phương); (3) nhóm giải pháp về phát triển sản phẩm và dịch vụ du lịch (phát triển hoạt động trải nghiệm, hoàn thiện cơ sở vật chất kĩ thuật du lịch, đẩy mạnh xúc tiến – quảng bá). Các nhóm giải pháp có mối quan hệ bổ trợ

lẫn nhau, góp phần tạo nền tảng cho việc khai thác hiệu quả tiềm năng du lịch nông nghiệp, bảo tồn các giá trị đặc trưng của vùng trà và hướng tới sự phát triển bền vững về kinh tế, xã hội và môi trường.

Mặc dù đã đạt được các mục tiêu nghiên cứu đề ra, tuy nhiên khả năng nghiên cứu của tác giả còn hạn chế và quá trình thực hiện đề tài còn gặp nhiều khó khăn. Cụ thể, trong bối cảnh thực hiện chủ trương sắp xếp, tổ chức chính quyền địa phương theo mô hình hai cấp, việc sát nhập và điều chỉnh địa giới hành chính dẫn đến thay đổi trong cơ cấu tổ chức quản lý, chức năng nhiệm vụ giữa các cấp chính quyền, từ đó ảnh hưởng đến công tác quy hoạch, quản lý và phát triển du lịch nông nghiệp tại địa phương. Ngoài ra, tác giả cũng gặp khó khăn trong việc thu thập số liệu về tình hình phát triển du lịch nông nghiệp vì chưa được thống kê đầy đủ và hệ thống. Dữ liệu liên quan đến lượng khách, doanh thu, sản phẩm du lịch chủ yếu do các HTX, hộ dân làm du lịch quản lý nên việc tiếp cận và tổng hợp thông tin gặp nhiều khó khăn. Bên cạnh đó, tác giả cũng gặp khó khăn trong việc tiếp cận và phỏng vấn cộng đồng địa phương do thời gian sản xuất nông nghiệp không ổn định và tâm lý e ngại khi cung cấp thông tin. Một số hộ dân chưa quen với hoạt động khảo sát, phỏng vấn nên việc thu thập dữ liệu sơ cấp mất nhiều thời gian và cần sự hỗ trợ từ chính quyền địa phương.

Tác giả nhận thức rằng luận văn vẫn còn một số hạn chế nhất định. Tác giả rất mong nhận được những ý kiến đóng góp, nhận xét từ các nhà nghiên cứu và chuyên gia để luận văn được hoàn thiện hơn. Tác giả hy vọng rằng kết quả của luận văn sẽ góp phần cung cấp cơ sở tham khảo cho việc phát triển du lịch nông nghiệp tại vùng trà Tân Cương nói riêng và tỉnh Thái Nguyên nói chung. Trong tương lai, nếu có thêm điều kiện về thời gian cũng như nhận được sự hỗ trợ từ chính quyền địa phương và cộng đồng địa phương, tác giả dự kiến mở rộng hướng nghiên cứu về "*Các yếu tố ảnh hưởng tới ý định tham gia của cộng đồng địa phương trong phát triển du lịch tại vùng trà Tân Cương, Thái Nguyên*". Hướng nghiên cứu này sẽ tập trung phân tích vai trò của cộng đồng, các yếu tố về kinh tế, xã hội, nhận thức và mức độ sẵn sàng tham gia vào hoạt động du lịch của cộng đồng địa phương, qua đó đề xuất các giải pháp phù hợp nhằm nâng cao sự tham gia của cộng đồng địa phương, thúc đẩy phát triển du lịch theo hướng bền vững.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

TIẾNG VIỆT

1. Nguyễn Thọ Quang Anh, Trần Đình Thao, Nguyễn Hữu Nhuần (2023). Tổng quan kinh nghiệm quốc tế và những cơ hội, thách thức đối với phát triển du lịch nông nghiệp ở Việt Nam. *Tạp chí Khoa học Nông nghiệp Việt Nam*, 21(6), tr. 794–803.
2. Nguyễn Thị Bé Ba và cộng sự (2021). Xây dựng mô hình du lịch nông nghiệp dựa vào cộng đồng ở Cồn Bình Thạnh, huyện Châu Thành, tỉnh An Giang. *Phát triển du lịch nông nghiệp ở Đồng bằng sông Cửu Long trong bối cảnh mới*, Thành phố Hồ Chí Minh: Nxb. Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh, tr. 22–48.
3. Hồ Tiểu Bảo, Hoàng Ngọc Minh Châu (2021). Vai trò các bên liên quan trong phát triển du lịch nông nghiệp tại Cồn Chim, Trà Vinh. *Tạp chí Khoa học Đại học Thủ Dầu Một,* 4(53), tr.77 – 88
4. Phùng Thanh Bình, Nguyễn Hồng Uyên (2022). Nghiên cứu kinh nghiệm thực tiễn của các nước về phát triển du lịch nông nghiệp và bài học cho Việt Nam. *Tạp chí Phát triển Khoa học và Công nghệ - Kinh tế - Luật và Quản lý*, 6(4), tr. 3811–3819.
5. Bộ Chính trị (2017), *Nghị quyết số 08-NQ/TW ngày 16/01/2017 về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn*.
6. Đào Ngọc Cảnh (2020). Phát triển du lịch nông nghiệp ở thành phố Cần Thơ. *Kỷ yếu Hội thảo khoa học Phát triển chuỗi giá trị du lịch nông nghiệp ở Đồng bằng sông Cửu Long trong mối quan hệ liên kết vùng theo định hướng phát triển bền vững giai đoạn 2020–2030*, tr. 20–33.
7. Phạm Thị Mỹ Dung (2023). Nội dung, bản chất và vai trò của du lịch nông nghiệp nông thôn, *Kỷ yếu Hội thảo khoa học Xây dựng tiêu chí đánh giá phát triển du lịch nông nghiệp, nông thôn theo hướng tăng trưởng xanh và bền vững trên địa bàn thành phố Hà Nội*
8. Phan Việt Đua (2024). Nghiên cứu phát triển du lịch nông thôn tỉnh Bạc Liêu. *Luận án Tiến sĩ Du lịch, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn.*

9. Bùi Thị Minh Hà, Nguyễn Hữu Thọ (2017). Nhận thức của nông hộ về biến đổi khí hậu và tác động của biến đổi khí hậu tới sản xuất chè. Trường hợp nghiên cứu: Vùng chè Tân Cương, thành phố Thái Nguyên, *Tạp chí Khoa học và Công nghệ - Đại học Thái Nguyên*, 172(12/2), tr. 63–68.

10. Nguyễn Thế Hải, Vũ Thị Thanh Thủy, Trần Thị Mai Hương và cộng sự (2023). Nghiên cứu thực trạng ứng dụng công nghệ thông tin tại một số mô hình du lịch nông nghiệp tại Thái Nguyên. *Tạp chí Khoa học và Công nghệ - Đại học Thái Nguyên*, 228(15), tr. 63–70.

11. Phan Văn Hải và cộng sự (2025). Các nhân tố ảnh hưởng đến sự phát triển du lịch nông nghiệp tỉnh Đồng Nai. *Tạp chí Khoa học Lạc Hồng*, 24, tr. 087–093.

12. Nguyễn Hoàng Hiếu, Hà Thị Như Hằng (2020). Đánh giá mô hình phát triển du lịch nông nghiệp tại huyện Đăk Pơ – tỉnh Gia Lai. *Tạp chí Khoa học và Công nghệ Đại học Duy Tân*, 05(42), tr. 146–157.

13. Đặng Thị Bích Huệ, Đặng Thị Mai Lan, Nguyễn Quốc Huy (2017). Hoạt động xây dựng mô hình du lịch cộng đồng gắn với xây dựng nông thôn mới tại vùng chè Tân Cương, thành phố Thái Nguyên, tỉnh Thái Nguyên. *Tạp chí Khoa học và Công nghệ - Đại học Thái Nguyên*, 163(03/2), tr. 193–198.

14. Nguyễn Phạm Hùng (2025), *Giáo trình Văn hóa quản lý và kinh doanh du lịch*, NXB Đại học Quốc gia Hà Nội.

15. Bùi Thị Lan Hương (2019). Sự hình thành và quan niệm du lịch nông thôn ở một số quốc gia trên thế giới - Kinh nghiệm cho phát triển du lịch nông thôn Việt Nam. *Tạp chí công thương, Truy cập từ* http://tapchicongthuong.vn/bai-viet/su-hinh-thanh-va-quan-niem-du-lich-nong-thon-o-mot-so-quoc-gia-tren-the-gioi-kinh-nghiem-cho-phat-trien-du- lich-nong-thon-viet-nam-65043.htm

16. Đồng Duy Khánh, Dương Quỳnh Phương, Nguyễn Xuân Trường và cộng sự (2023). Phát triển làng nghề chè truyền thống tỉnh Thái Nguyên: Thực tiễn tại một số làng nghề ở vùng chè Tân Cương, Trại Cài và La Bằng. *Tạp chí Khoa học và Công nghệ - Đại học Thái Nguyên*, 228(08), tr. 109–117.

17. Ngô Thị Phương Lan, Nguyễn Thị Vân Hạnh, Trần Tuyên (2021). Phát triển du lịch nông nghiệp tại đồng bằng sông Cửu Long - góc nhìn từ doanh nghiệp và

cộng đồng địa phương. *Tạp chí Khoa học xã hội, số 9(277), tr 30 -44*

18. Phan Nguyễn Phong Luân (2021). Khai thác sản phẩm quà tặng trong du lịch nông nghiệp tại Đồng bằng sông Cửu Long, in trong *Phát triển du lịch nông nghiệp ở Đồng bằng sông Cửu Long trong bối cảnh mới. TPHCM: Nxb. Đại học Quốc gia TPHCM, tr. 78-100.*
19. Nguyễn Trọng Nhân và cộng sự (2024). Các yếu tố ảnh hưởng đến sự phát triển du lịch nông nghiệp huyện Long Hồ, tỉnh Vĩnh Long. *Tạp chí Địa lý nhân văn và Phát triển bền vững, Kỳ Nghiên cứu Địa lý nhân văn, số 1(2023), tr 58–65.*
20. Trần Thu Phương (2024). Phát triển du lịch nông nghiệp ở tỉnh Hà Giang và một số khuyến nghị về chính sách. *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Mở Hà Nội, số 111 (2024),.*
21. Quốc hội (2017), *Luật Du lịch số 09/2017/QH14.*
22. Nguyễn Thị Sơn & Nguyễn Phú Thắng (2014). Tiềm năng phát triển du lịch nông nghiệp tỉnh An Giang. *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Sư phạm Thành phố Hồ Chí Minh, Số 63, trang 82 - 90*
23. Nguyễn Quang Thi, Hà Văn Tuyên, Nguyễn Thúy Linh và cộng sự (2020). Tiềm năng du lịch nông nghiệp huyện Võ Nhai, tỉnh Thái Nguyên. *Tạp chí Khoa học và Công nghệ - Đại học Thái Nguyên*, 225(03), tr. 133–142.
24. Trương Trí Thông, Nguyễn Trọng Nhân (2024). Các nhân tố ảnh hưởng đến sự phát triển du lịch nông nghiệp ở huyện Phong Điền, thành phố Cần Thơ", *Tạp chí Khoa học Đại học Cần Thơ*, 60(2C), tr. 200–213
25. Thủ tướng Chính phủ (2020), *Quyết định số 147/QĐ-TTg phê duyệt Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030.*
26. Thủ tướng Chính phủ (2022), *Quyết định số 919/QĐ-TTg về Chương trình "Mỗi xã một sản phẩm" (OCOP).*
27. Tỉnh ủy Thái Nguyên (2018), *Nghị quyết số 08-NQ/TU ngày 08/8/2018 về phát triển du lịch tỉnh Thái Nguyên đến năm 2030.*
28. Tỉnh ủy Thái Nguyên (2025), *Đề án số 17-ĐA/TU ngày 10/12/2025 về phát triển du lịch tỉnh Thái Nguyên giai đoạn 2026–2030.*

29. Tổng cục Du lịch Việt Nam (2020), *Phát triển du lịch nông nghiệp gắn với Chương trình mục tiêu quốc gia xây dựng nông thôn mới*.

30. Đỗ Huyền Trang (2025). Nghiên cứu nhân tố ảnh hưởng đến hoạt động du lịch nông nghiệp tỉnh Thái Nguyên. *Tạp chí Khoa học và Công nghệ - Đại học Thái Nguyên*, 230(08), tr. 249–256.

31. Đỗ Thị Thùy Trang (2018). Phát triển du lịch nông nghiệp thành phố Đà Lạt, tỉnh Lâm Đồng. *Luận văn Thạc sĩ Địa lý học, Trường Đại học Sư phạm Thành phố Hồ Chí Minh.*

32. Châu Phương Uyên (2018). Phát triển du lịch nông nghiệp ở Đồng bằng sông Cửu Long. *Tạp chí Nghiên cứu khoa học và Phát triển kinh tế, Trường Đại học Tây Đô.*

33. Trần Thị Tuyết Vân (2015). Nghiên cứu phát triển du lịch nông thôn tỉnh An Giang. *Luận văn Thạc sĩ Du lịch, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn.*

TIẾNG NƯỚC NGOÀI

34. Amnaj Khaokhrueamuang, & Piyaporn Chueamchaitrakun. (2019). Special Issue of Rajabhat Chiang Mai. *Research Journal*, 104–117.Ashokkumar, P., & Sangeetha, C. P. (2024). Empowering tea tourism through community participation: A conceptual study. *Indian Journal of Natural Sciences*, 15(84).

35. Barbieri, C., Sotomayor, S., & Aguilar, F. X. (2019). Perceived benefits of agricultural lands offering agritourism. *Tourism Planning and Development 16(1), 43-60. https://doi.org/10.1080/21568316. 2017.1398780*.

36. Bidisha Hazarika, Pompi Dutta, Manuranjan Gogoi, Aditi Smith Gogoi, & Diganta Kr. Bora. (2024). Tea tourism: Navigating the future of Assam's agritourism. *Journal of Scientific Research and Reports*, 30(4), 77–88.

37. Butler, R. W. (1980). The concept of a tourist area cycle of evolution: Implications for management of resources. *Canadian Geographer*, 24(1), 5–12.

38. Cheng, S., et al. (2011). Tea tourism development in Xinyang, China: Stakeholders' view. *Tourism Management Perspectives*, 2–3, 28–34.

39. Contini, C., Scarpellini, P., & Polidori, R. (2009). Agri-tourism and rural

development: The Low-Valdelsa case, Italy. *Tourism Review*, 64(4), 27–36. https://doi.org/10.1108/16605370911004557

40. Cochran, W. G. (1977). *Sampling techniques* (3rd ed.). John Wiley & Sons.
41. David Preece (2015), Agritourism: An American Perspective, *APO Agritourism Conference Presentations* - West Java Indonesia, July 28, 2015
42. Fernando, I., Rajapaksha, R. M. P. D. K., & Kumari, K. W. S. N. (2016). Tea tourism as a marketing tool: A strategy to develop the image of Sri Lanka as an attractive tourism destination. *Kelaniya Journal of Management*, 5(2), 64–79.
43. Fernando, I., Kumari, K. W. S. N., & Rajapaksha (2017). Destination marketing to promote tea tourism: Socio-economic approach on community development. *International Review of Management and Business Research*, 6(1).
44. Gunn, C. A. (1988). *Tourism Planning*. New York: Taylor & Francis.
45. Guoa, Y., & Rato, M. (2019). The development of tea planting and tea culture tourism in Thai Nguyen, Vietnam. *Journal of Mekong Societies, 15*(3), 121–136.
46. Huong, L. T., Phuong, C. L., & Vu, M. A. (2025). Criteria for agricultural tourism development for farms in Thanh Hoa, Vietnam. *Journal of Economics, Finance and Management Studies*, 8(10), 6827–6831.
47. Ingrassia, M., Bacarella, S., Bellia, C., Columba, P., Adamo, M. M., Altamore, L., & Chironi, S. (2023). Circular economy and agritourism: A sustainable behavioral model for tourists and farmers in the post-COVID era. *Frontiers in Sustainable Food Systems*,7, 1174623. https://doi.org/10.3389/fsufs.2023.1174623
48. Karabati, S., Dogan, E., Pinar, M., & Celik, L. M. (2009). Socio-economic effects of agri-tourism on local communities in Turkey: The case of Aglasun. *International Journal of Hospitality & Tourism Administration*, 10(2), 129–142. https://doi.org/10.1080/15256480902851032
49. Lago, N. A. A. (2017). Tourism demand and agriculture supply: Basis for agritourism development in Quezon Province. *Asia Pacific Journal of*

Multidisciplinary Research, 5(3), 1–9.

50. Lee Jolliffe, MSM Aslam, Amnaj Khaokhrueamuang, & Li-Hsin Chen. (2023). *Routledge Handbook of Tea Tourism*. Routledge.
51. Leiper, N. (1979). The framework of tourism: Towards a definition of tourism, tourist, and the tourist industry. *Annals of Tourism Research*, 6(4), 390–407.
52. Li Yang. (2012). Impacts and challenges in agritourism development in Yunnan, China. *Tourism Planning & Development*, 9(4), 369–381.
53. Liang, S. H., & Lai, I. K. W. (2023). Tea tourism: Designation of origin brand image, destination image, and visit intention. *Journal of Vacation Marketing*, 29(3), 409–427. https://doi.org/10.1177/13567667221099952
54. Malkanthi, S. H. P., & Routry, J. K. (2011). Potential for agritourism development: Evidence from Sri Lanka. *The Journal of Agricultural Sciences*, 6(1).
55. Mappe, U. U., Amandaria, R., & Mario, M. (2024). Community involvement in agritourism: A participatory approach to rural sustainable development. *Tolis Ilmiah: Jurnal Penelitian*, 6(1), 14–19.
56. Neda Tiraieyari, & Azimi Hamzah. (2012). Agri-tourism: Potential opportunities for farmers and local communities in Malaysia. *African Journal of Agricultural Research*, 6(31), 4357–4361.
57. N. T. N. Dung. (2019). The Role of Local Communities in Community-based Tourism Development in Traditional Tea Production Areas in Thai Nguyen Province, Vietnam. *Luận án Tiến sĩ Du lịch, Trường Đại học Waikato.*
58. Olagunju, O. O. (2024). Agritourism: A catalyst for rural revitalization and sustainable tourism in Nigeria. *East Asean Journal of Multidisciplinary Research*, 3(2), 691–702. https://doi.org/10.55927/eajmr.v3i2.8244
59. Patterson, I., & Aslam, M. U. (2024). Agritourism as an emerging sustainable tourism industry in Uzbekistan. *Sustainability*, 16(17), 7519. https://doi.org/10.3390/su16177519
60. Pérez Anzardo, L. E., Cardet Fernández, E., Reyes Martínez, I., & Guzmán Páez,

R. (2021). Theoretical approach to agrtourism and its contribution to local development. *Economit Journal: Scientific Journal of Accountancy, Management and Finance*, 1(3), 165–176. https://doi.org/10.33258/economit.v1i3.488

61. Phan, H. T. A. (2024). Sustainable livelihood development and cultural preservation through agricultural tourism: Local community perspectives from Dak Lak province, Vietnam. *The Journal of Agriculture and Development*, 23(Special issue 1), 1–18.

62. Phillip, S., Hunter, C., & Blackstock, K. (2010). A typology for defining agritourism. *Tourism Management*, 31(6), 754–758.

63. Preece, D. (2015). Agritourism: An American perspective. *APO Agritourism Conference Presentations*, West Java, Indonesia.

64. Pezzi, M. G., Faggian, A., & Reid, N. (2020). *Agritourism, Wine Tourism, and Craft Beer Tourism: Local Responses to Peripherality Through Tourism Niches*. Routledge.

65. Roman, M., Roman, M., & Prus, P. (2020). Innovations in agritourism: Evidence from a region in Poland. *Sustainability*, 12, 4858. https://doi.org/10.3390/su12124858

66. Susan, L. S., & Kyunda, R. C. (2018). *Food and Agricultural Tourism Theory and Best Practice*. New York, NY: Taylor & Francis.

67. Susiang, M. I. N., Latif, & Setiyawan, H. (2025). The role of local product quality, destination uniqueness, and access to information in increasing agro-tourism consumer satisfaction in Bogor. *West Science Asia*, 3(01). https://doi.org/10.58812/wsa.v3i01.1699

68. Tew, C., & Barbieri, C. (2012). The perceived benefits of agritourism: The provider's perspective. *Tourism Management*, 33(2), 215–224. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.02.005

69. Togaymurodov, E., Roman, M., & Prus, P. (2023). Opportunities and directions of development of agritourism: Evidence from Samarkand region.

Sustainability, 15(2), 981. https://doi.org/10.3390/su15020981

70. Tseng, M. L., Chang, C. H., Wu, K. J., Lin, C. W. R., Kalnaovkul, B., & Tan, R. R. (2019). Sustainable agritourism in Thailand: Modeling business performance and environmental sustainability under uncertainty. *Sustainability*, 11, 4087. https://doi.org/10.3390/su11154087
71. T. T. M. Hòa, & T. T. Thu. (2024). Tourist experiences at Tan Cuong tea village in Vietnam: A sense of tea production, tea arts and culture-bridge. *International Journal of Business Management and Economic Research*, 15(3), 2384–2389.
72. Turtureanu, A. G., Cretu, C. M., Pripoaie, R., Marinescu, E. S., Sîrbu, C. G., & Talaghir, L. G. (2025). Sustainable development through agritourism and rural tourism: Research trends and future perspectives in the pandemic and post-pandemic period. *Sustainability*, 17, 3998. https://doi.org/10.3390/su17093998
73. Twining-Ward, L. (2004). Reconceptualizing tourism. *Annals of Tourism Research. https://doi.org/10.1016/J.ANNALS.2003.12.002*
74. UNWTO. (2013). *Sustainable Tourism for Development Guidebook*. Madrid: World Tourism Organization.
75. UNWTO. (2018). *Tourism and Culture Synergies*. Madrid: World Tourism Organization.
76. Veeck, G.Che, D., & Veeck, A. (2006). America's changing farmscape: A study of agriculture tourism in Michigan. *The Professional Geographer*, 58(3), 235–248.
77. WCED. (1987). *Our Common Future*. Oxford: Oxford University Press.
78. Xiong Wenping. (2016). A study on tea culture tourism development in Jiangxi Province. In *2016 International Forum on Management, Education and Information Technology Application* (pp. 377–382). Atlantis Press.
79. Yang, J., Kheovichai, K., & Chantasorn, N. (2025). Strategies for the development of agriculture tourism in Xi'an. *International Journal of Sociologies and Anthropologies Science Reviews*, 5(3), 597–612. https://doi.org/10.60027/ijsasr.2025.6005

PHỤ LỤC

PHỤ LỤC 01

PHIẾU ĐIỀU TRA XÃ HỘI HỌC

1.1. PHIẾU KHẢO SÁT DÀNH CHO KHÁCH DU LỊCH

Xin chào quý khách! Tôi là Nguyễn Yến Phượng - học viên cao học tại Trường đại học Khoa học Xã hội & Nhân văn Hà Nội. Hiện tôi đang thực hiện nghiên cứu về đề tài "Phát triển du lịch nông nghiệp ở Vùng trà Tân Cương, Thái Nguyên". Khảo sát này được thực hiện với mục tiêu thu thập những đánh giá khách quan của quý khách về sức hấp dẫn của các sản phẩm du lịch nông nghiệp Trà, mức độ hài lòng trong quá trình tham quan trải nghiệm, cũng như chất lượng các dịch vụ du lịch nông nghiệp tại địa phương. Những ý kiến đóng góp của quý khách sẽ là cơ sở quan trọng giúp tôi đề xuất các giải pháp nhằm nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch nông nghiệp, đồng thời bảo tồn và phát huy hiệu quả các giá trị văn hóa truyền thống theo định hướng phát triển bền vững. Toàn bộ thông tin quý khách cung cấp sẽ được bảo mật tuyệt đối và chỉ phục vụ cho mục đích nghiên cứu khoa học, không sử dụng cho bất kỳ hoạt động thương mại nào.

I. THÔNG TIN CÁ NHÂN

1. Xin cho biết độ tuổi của Anh/chị?

☐ Từ 18 – 25 tuổi

☐ Từ 26 – 35 tuổi

☐ Từ 36 – 50 tuổi

☐ Từ 50 – 60 tuổi

☐ Trên 60 tuổi

2. *Giới tính của Anh/chị là?*

☐ Nam

☐ Nữ

3. *Nơi ở hiện tại của Anh/chị (Tỉnh/ Thành phố)* …….

4. *Nghề nghiệp của Anh/chị là?*

☐ Học sinh, sinh viên

☐ Kinh doanh

☐ Công nhân, viên chức

☐ Nội trợ

☐ Khác

5. *Thu nhập bình quân của Anh/chị là?*

☐ Dưới 6 triệu/tháng

☐ Từ 7 – 10 triệu/ tháng

☐ Từ 10- 15 triệu/tháng

☐ Từ 15 – 20 triệu/tháng

☐ Trên 20 triệu/tháng

6. Anh/chị đã từng đến tham gia trải nghiệm du lịch nông nghiệp ở Vùng trà Tân Cương chưa? *Nếu chưa, anh/chị vui lòng kết thúc khảo sát. Nếu đã từng, anh chị vui lòng tiếp tục khảo sát.*

II. THÔNG TIN KHẢO SÁT

1. Anh/chị biết tới Vùng trà Tân Cương thông qua phương tiện nào?

☐ Bạn bè, gia đình

☐ Truyền thông mạng/zalo/facebook website

☐ Sách/ báo/ tạp chí

☐ Công ty du lịch

☐ Khác

2. Anh/chị tự tổ chức đi hay đi theo nhóm do các công ty du lịch tổ chức?

☐ Tự tổ chức đi

☐ Đi theo nhóm do các công ty du lịch tổ chức

3. Anh/chị cho biết thời gian tham quan, trải nghiệm ở vùng trà Tân Cương?

☐ Một buổi (sáng/ chiều)

☐ 1 ngày

☐ 2 ngày

4. Chi tiêu ước tính Anh/chị đã chi cho chuyến trải nghiệm du lịch nông nghiệp là?

☐ < 500.000 VNĐ

☐ 500.000 – 1.000.000 VNĐ

☐ 1.000.000 – 3.000.000 VNĐ

☐ > 3.000.000 VNĐ

5. ***Anh/chị có nhu cầu trải nghiệm những hoạt động nào khi tham gia du lịch nông nghiệp tại vùng trà Tân Cương?*** *(Có thể chọn nhiều đáp án)*

☐ Tham quan đồi chè

☐ Trải nghiệm hái chè cùng người dân

☐ Tìm hiểu quy trình sản xuất trà

☐ Thưởng trà và thưởng thức ẩm thực

☐ Chụp ảnh, check-in cảnh quan vùng trà

☐ Mua đặc sản trà về làm quà

☐ Trải nghiệm lưu trú cùng người dân địa phương

☐ Tham gia các hoạt động văn hóa – lễ hội trà

6. **Anh/chị hãy đánh giá về cơ sở vật chất kĩ thuật du lịch - hạ tầng công phục vụ du lịch**

(1 – Hoàn toàn không đồng ý, 2 – Không đồng ý, 3 – Bình thường, 4 – Đồng ý, 5 – Hoàn toàn đồng ý)

STT	Các nội dung đánh giá hạ tầng công	Mức độ đồng ý				
1	Khả năng tiếp cận điểm DLNN dễ dàng	①	②	③	④	⑤
2	Đường sá đến các điểm DLNN tốt	①	②	③	④	⑤
3	Bảng chỉ dẫn đến các điểm DLNN đầy đủ	①	②	③	④	⑤
4	Hệ thống nước sinh hoạt tại điểm DLNN sạch sẽ	①	②	③	④	⑤
5	Hệ thống điện tại điểm DLNN đầy đủ, đảm bảo phục vụ du lịch	①	②	③	④	⑤
6	Có nhiều nhà vệ sinh công cộng	①	②	③	④	⑤

	Các nội dung đánh giá cơ sở vật chất kĩ thuật du lịch	Mức độ đồng ý				
1	Có nhiều cửa hàng sản phẩm lưu niệm nông nghiệp	①	②	③	④	⑤
2	Có nhiều cơ sở ăn uống đặc sản ở điểm	①	②	③	④	⑤
3	Cơ sở lưu trú gắn với phong cách vùng nông thôn, nông nghiệp	①	②	③	④	⑤
4	Cơ sở lưu trú có cảnh quan đẹp	①	②	③	④	⑤

7. Anh/chị hãy đánh giá về sản phẩm đặc hữu tại vùng trà Tân Cương? *(1 – Hoàn toàn không đồng ý, 2 – Không đồng ý, 3 – Bình thường, 4 – Đồng ý, 5 – Hoàn toàn đồng ý)*

STT	Các nội dung đánh giá	Mức độ đồng ý				
1	Trà Tân Cương có hương vị đặc trưng và khác biệt so với các sản phẩm trà khác.	①	②	③	④	⑤
2	Trà Tân Cương phản ánh rõ nét bản sắc văn hóa địa phương.	①	②	③	④	⑤
3	Trà Tân Cương có tính độc đáo mà khó tìm thấy ở những vùng trà khác.	①	②	③	④	⑤
4	Trà Tân Cương làm tăng sức hấp dẫn của điểm đến du lịch nông nghiệp	①	②	③	④	⑤
5	Chất lượng trà Tân Cương tạo cho du khách sự tin tưởng khi sử dụng hoặc mua làm quà	①	②	③	④	⑤

***8.* Anh/Chị vui lòng cho biết mức độ đồng ý đối với các nhận định sau về sự tham gia của cộng đồng địa phương trong phát triển du lịch nông nghiệp tại vùng trà Tân Cương?** *(1 – Hoàn toàn không đồng ý, 2 – Không đồng ý, 3 – Bình thường, 4 – Đồng ý, 5 – Hoàn toàn đồng ý)*

STT	Các nội dung đánh giá	Mức độ đồng ý				
1	Người dân địa phương tích cực tham gia các hoạt động du lịch nông nghiệp	①	②	③	④	⑤
2	Người dân địa phương tham gia bảo tồn văn hóa và nghề truyền thống phục vụ du lịch	①	②	③	④	⑤
3	Người dân địa phương tích cực tham gia quảng bá về du lịch địa phương	①	②	③	④	⑤
4	Người dân địa phương có khả năng sử dụng ngoại ngữ để phục vụ khách quốc tế	①	②	③	④	⑤
5	Người dân Nắm rõ các thông tin về thị trường du lịch địa phương	①	②	③	④	⑤
6	Người dân có thể cung cấp những trải nghiệm tích cực cho du khách	①	②	③	④	⑤
7	Người dân ở điểm du lịch thành thạo công việc	①	②	③	④	⑤
8	Người dân có nhận thức tốt về du lịch	①	②	③	④	⑤
9	Người dân có kỹ năng giao tiếp tốt	①	②	③	④	⑤
10	Người dân ở điểm du lịch thân thiện, hướng dẫn, giải đáp nhiệt tình	①	②	③	④	⑤

9. Anh/chị hãy đánh giá về hoạt động trải nghiệm du lịch nông nghiệp? *(1 – Hoàn toàn không đồng ý, 2 – Không đồng ý, 3 – Bình thường, 4 – Đồng ý, 5 – Hoàn toàn đồng ý)*

STT	Các nội dung đánh giá	Mức độ đồng ý

1	Các hoạt động trải nghiệm trà đa dạng	①	②	③	④	⑤
2	Nội dung trải nghiệm gắn với thực tế sản xuất trà	①	②	③	④	⑤
3	Hoạt động trải nghiệm mang tính đặc trưng vùng trà	①	②	③	④	⑤
4	Chương trình tham quan hấp dẫn	①	②	③	④	⑤
5	Thời gian trải nghiệm hợp lý	①	②	③	④	⑤
6	Chất lượng dịch vụ du lịch tốt	①	②	③	④	⑤

10. Anh/chị hãy đánh giá về công tác quảng bá và xúc tiến du lịch nông nghiệp *(1 – Hoàn toàn không đồng ý, 2 – Không đồng ý, 3 – Bình thường, 4 – Đồng ý*

11. *, 5 – Hoàn toàn đồng ý)*

STT	Các nội dung đánh giá	Mức độ đồng ý				
1	Dễ dàng tìm thấy thông tin về du lịch vùng trà Tân Cương	①	②	③	④	⑤
2	Hình ảnh điểm đến được quảng bá hấp dẫn	①	②	③	④	⑤
3	Thông tin quảng bá giúp tôi quyết định tham quan	①	②	③	④	⑤
4	Các kênh truyền thông du lịch đa dạng	①	②	③	④	⑤
5	Điểm đến có thương hiệu du lịch về trà rõ ràng	①	②	③	④	⑤
6	Hoạt động quảng bá trên mạng xã hội thu hút du khách	①	②	③	④	⑤

12. **Anh/chị vui lòng cho biết mức độ đồng ý với các nhận định sau về hoạt động du lịch nông nghiệp tại địa phương?** *(1 – Hoàn toàn không đồng ý, 2 – Không đồng ý, 3 – Bình thường, 4 – Đồng ý, 5 – Hoàn toàn đồng ý)*

STT	Các nội dung đánh giá	Mức độ đồng ý				
1	Hoạt động du lịch nông nghiệp góp phần bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa Trà	①	②	③	④	⑤
2	Hoạt động du lịch nông nghiệp góp phần nâng cao chất lượng đời sống cộng đồng địa phương.	①	②	③	④	⑤
3	Hoạt động du lịch nông nghiệp góp phần bảo vệ môi trường và phát triển bền vững.	①	②	③	④	⑤

13. Anh/chị cảm nhận chung như thế nào về trải nghiệm du lịch nông nghiệp tại đây?

☐ Rất Không hài lòng

☐ Không hài lòng

☐ Bình thường

☐ Hài lòng

☐ Rất hài lòng

14. Anh/chị có sẵn sàng quay lại Vùng trà Tân Cương trong những lần du lịch tiếp theo hoặc giới thiệu Vùng trà Tân Cương cho người khác không?

☐ Có

☐ Không

☐ Cân nhắc

15. Theo anh chị, cần có những giải pháp nào để nâng cao chất lượng hoạt động du lịch nông nghiệp ở Vùng trà Tân Cương? (chọn tối đa 3)

☐ Đẩy mạnh nâng cấp và hoàn thiện hệ thống cơ sở hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ phát triển hoạt động du lịch.

☐ Phát triển đa dạng và nâng cao chất lượng các sản phẩm du lịch trải nghiệm trà nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của du khách.

☐ Đẩy mạnh các hoạt động xúc tiến và quảng bá nhằm nâng cao hình ảnh và sức hấp dẫn của du lịch nông nghiệp vùng trà.

☐ Tăng cường đào tạo, bồi dưỡng kỹ năng và kiến thức du lịch cho cộng đồng địa phương

☐ Quy hoạch phát triển du lịch nông nghiệp vùng trà một cách đồng bộ và bền vững

☐ Thúc đẩy liên kết các tuyến, điểm du lịch vùng trà Tân Cương với hệ thống điểm du lịch trong tỉnh

☐ Tăng cường cơ chế phối hợp giữa các bên liên quan nhằm nâng cao hiệu quả quản lý và phát triển du lịch.

16. Anh/chị có đề xuất nào khác để nâng cao chất lượng hoạt động du lịch ở vùng trà Tân Cương? ..... ***?***

Xin chân thành cảm ơn Anh/chị!

1.2. CÂU HỎI PHỎNG VẤN SÂU CHÍNH QUYỀN ĐỊA PHƯƠNG

Câu 1: Ông/bà hãy cho biết, chính quyền địa phương hiện nay đóng vai trò gì trong phát triển du lịch nông nghiệp tại địa phương?

Câu 2: Ông/bà hãy cho biết các chính sách, quy hoạch hay chương trình hỗ trợ đã thực sự hiệu quả chưa? Có những khó khăn nào vẫn còn tồn tại?

Câu 3: Ông/bà hãy cho biết việc phối hợp giữa chính quyền – HTX – hộ dân – doanh nghiệp hiện nay có thuận lợi không? Những khó khăn, mâu thuẫn (nếu có) trong quá trình phối hợp là gì?

Cấu 4: Theo Ông/bà, cần cải thiện điều gì để nâng cao hiệu quả quản lý và tổ chức hoạt động du lịch nông nghiệp?

1.3. CÂU HỎI PHỎNG VẤN SÂU HỢP TÁC XÃ

Câu 1: Ông/bà hãy cho biết vai trò của Hợp tác xã trong tổ chức sản xuất nông nghiệp và đón khách du lịch được thể hiện ra sao?

Câu 2: Theo ông/bà, việc phát triển du lịch nông nghiệp gắn với trà đã mang lại lợi ích gì cho hộ gia đình/cộng đồng tham gia vào HTX?

Câu 3: Ông/bà hãy cho biết hiện nay, du lịch nông nghiệp gắn với trà được quảng bá qua những kênh nào? Hiệu quả như thế nào?

Câu 4: Theo ông/bà, những khó khăn lớn nhất hiện nay trong hoạt động kinh doanh du lich nông nghiệp là gì?

Câu 5: Ông/bà có đề xuất hoặc kiến nghị gì đối với chính quyền địa phương để phát

triển du lịch nông nghiệp bền vững không?

1.4. CÂU HỎI PHỎNG VẤN SÂU CỘNG ĐỒNG ĐỊA PHƯƠNG

Câu 1: Ông/bà có biết những chính sách nào của Nhà nước hoặc địa phương hỗ trợ phát triển du lịch nông nghiệp ở vùng trà Tân Cương không?

Câu 2: Gia đình Ông/bà đã từng được hưởng hoặc tham gia các chính sách hỗ trợ này chưa? Nếu có, đó là những hỗ trợ gì?

Câu 3: Trong quá trình tiếp cận các chính sách hỗ trợ, Ông/bà gặp những khó khăn gì?

Câu 4: Theo Ông/bà,cần bổ sung hoặc điều chỉnh những chính sách gì để phát triển du lịch nông nghiệp vùng trà Tân Cương hiệu quả hơn?

Câu 5: Hiện nay, gia đình ông/bà tự đảm nhận hay chủ yếu sử dụng các dịch vụ bên ngoài đối với các khâu như cung ứng giống/vật tư, chăm sóc, thu hái và chế biến chè?

Câu 6: Mỗi khi vào đợt chè lứa chính, áp lực lớn nhất đối với xưởng mình trong khâu hái chè là gì?

Câu 7: Việc truyền dạy nghề chè cho thế hệ trẻ trong gia đình ông/bà hiện nay gặp những thuận lợi và rào cản gì? Giới trẻ tại địa phương có còn mặn mà với các công đoạn làm trà thủ công truyền thống không?

Câu 8: Ông/bà đã tham gia hoạt động nào trong phát triển du lịch nông nghiệp tại địa phương? Trong quá trình tham gia, Ông/bà đã gặp phải những khó khăn gì?

Câu 9: Ông/bà có kiến nghị gì với chính quyền địa phương để nâng cao sự tham gia của cộng đồng địa phương trong phát triển du lịch không?

1.5. CÂU HỎI PHỎNG VẤN SÂU ĐẠI DIỆN DOANH NGHIỆP DU LỊCH

Câu 1: Ông/Bà đánh giá như thế nào về tiềm năng phát triển du lịch nông nghiệp tại vùng trà Tân Cương?

Câu 2: Ông/Bà đánh giá như thế nào về các sản phẩm du lịch hiện nay tại vùng trà Tân Cương?

Câu 3: Theo Ông/bà, mối liên kết giữa doanh nghiệp du lịch với cộng đồng địa phương và các hợp tác xã trà hiện nay như thế nào?

Câu 4: Theo Ông/Bà, nguyên nhân làm hạn chế sự phát triển du lịch nông nghiệp tại vùng trà Tân Cương là gì?

Câu 5: Theo Ông/Bà, cần ưu tiên những giải pháp nào để phát triển du lịch nông nghiệp

tại vùng trà Tân Cương trong thời gian tới?

Bảng 1: Tổng hợp nguồn tham khảo các thang đo

	Thang đo	Kí hiệu	Biến quan sát	Nguồn tham khảo
1	Hạ tầng công	HTC1	Khả năng tiếp cận điểm DLNN dễ dàng	Hổ (2022), Lan và ctv. (2022), Nhân (2023)
		HTC2	Đường sá đến các điểm DLNN tốt	Nhân và ctv. (2015), Đua và ctv. (2022), Lan và ctv. (2022)
		HTC3	Bảng chỉ dẫn đến các điểm DLNN đầy đủ	Hà và Hằng (2020)
		HTC4	Hệ thống nước sinh hoạt tại điểm DLNN sạch sẽ	Anh và Phương (2022), Trí và Thu (2022), Đua và ctv. (2022
		HTC5	Hệ thống điện tại điểm DLNN đầy đủ, đảm bảo phục vụ du lịch	Anh và Phương (2022), Trí và Thu (2022), Đua và ctv. (2022
		HTC6	Có nhiều nhà vệ sinh công cộng	Nhân và ctv (2023)
	Cơ sở vật chất kĩ thuật du lịch	VCKT1	Có nhiều cửa hàng sản phẩm lưu niệm nông nghiệp	Đua và ctv. (2022)
		VCKT2	Có nhiều cơ sở ăn uống đặc sản ở điểm DLNN	Nhân và ctv. (2015)
		VCKT3	Cơ sở lưu trú gắn với phong cách vùng nông thôn, nông nghiệp	Nhân và ctv. (2015)

		VCKT4	Cơ sở lưu trú có cảnh quan đẹp	Nhân (2013)
2	Sức hút của sản phẩm đặc hữu	SPĐH1	Trà Tân Cương có hương vị đặc trưng và khác biệt so với các sản phẩm trà khác.	Nguyễn Phương Lan và cs. (2020) Đinh Phi Hổ và cs. (2022)
		SPĐH2	Trà Tân Cương phản ánh rõ nét bản sắc văn hóa địa phương.	
		SPĐH3	Trà Tân Cương có tính độc đáo mà khó tìm thấy ở những vùng trà khác.	
		SPĐH4	Trà Tân Cương làm tăng sức hấp dẫn của điểm đến du lịch nông nghiệp	
		SPĐH5	Chất lượng trà Tân Cương tạo cho tôi sự tin tưởng khi sử dụng hoặc mua làm quà	
3	Hoạt động trải nghiệm nông nghiệp	HĐTN1	Các hoạt động trải nghiệm trà đa dạng	Mạnh và Chương (2015) Tú (2019) Mai (2020)
		HĐTN2	Nội dung trải nghiệm gắn với thực tế sản xuất trà	
		HĐTN3	Hoạt động trải nghiệm mang tính đặc trưng vùng trà	
		HĐTN4	Chương trình tham quan hấp dẫn	
		HĐTN5	Thời gian trải nghiệm hợp lý	
		HĐTN6	Chất lượng dịch vụ du lịch tốt	

4	Sự tham gia của cộng đồng địa phương và nguồn nhân lực	CĐĐP1	Người dân địa phương tích cực tham gia các hoạt động du lịch nông nghiệp	Linh (2024)
		CĐĐP2	Người dân địa phương tham gia bảo tồn văn hóa và nghề truyền thống phục vụ du lịch	Dung và Hà (2019)
		CĐĐP3	Người dân địa phương tích cực tham gia quảng bá về du lịch địa phương	
		CĐĐP4	Người dân địa phương có khả năng sử dụng ngoại ngữ để phục vụ khách quốc tế	
		CĐĐP5	Người dân Nắm rõ các thông tin về thị trường du lịch địa phương	
		CĐĐP6	Người dân có thể cung cấp những trải nghiệm tích cực cho du khách	
		CĐĐP7	Người dân ở điểm du lịch thành thạo công việc	Nhân (2023) Đua và ctv (2022)
		CĐĐP8	Người dân có nhận thức tốt về du lịch	
		CĐĐP9	Người dân có kỹ năng giao tiếp tốt	
		CĐĐP10	Người dân ở điểm du lịch thân thiện, hướng dẫn, giải đáp nhiệt tình	

5	Quảng bá & xúc tiến	QB1	Dễ dàng tìm thấy thông tin về du lịch vùng trà Tân Cương	Nguyễn Văn Toại và cs. (2023) Nguyễn Thị Quỳnh Trang và cs. (2021)
		QB2	Hình ảnh điểm đến được quảng bá hấp dẫn	
		QB3	Thông tin quảng bá giúp tôi quyết định tham quan	
		QB4	Các kênh truyền thông du lịch đa dạng	
		QB5	Điểm đến có thương hiệu du lịch trà rõ ràng	
		QB6	Hoạt động quảng bá trên mạng xã hội thu hút du khách	
6	Phát triển du lịch nông nghiệp theo hướng bền vững	PTDLNN1	Hoạt động du lịch nông nghiệp góp phần bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa Trà	Ninh & Tín (2025) Sơn & Thắng (2019) Trần Văn Túy và cs. (2025)
		PTDLNN2	Hoạt động du lịch nông nghiệp góp phần nâng cao chất lượng đời sống cộng đồng địa phương.	
		PTDLNN3	Hoạt động du lịch nông nghiệp góp phần bảo vệ môi trường và phát triển bền vững.	

PHỤ LỤC 02: MA TRẬN PHỎNG VẤN SÂU

Bảng 1: Quy tắc mã hóa các biến phỏng vấn sâu

Tên biến	Mã	Diễn giải	Quy tắc đặt mã chi tiết
Nhóm chủ thể	**CB**	Cán bộ/Chính quyền địa phương	Tiền tố nhóm + "-" + Số thứ tự bên trong nhóm (ví dụ: CB-01, CB-02,…)
	CĐ	Cộng đồng địa phương	
	DN	Doanh nghiệp du lịch/ Hợp tác xã	

Bảng 2: Danh sách đối tượng tham gia phỏng vấn

TT	Mã Hoá	Họ và tên	Năm sinh	Lĩnh vực chuyên môn/ Chức danh công tác	Số năm kinh nghiệm	Hình thức phỏng vấn
	Nhóm Cơ quan quản lý – Chính quyền địa phương					
1	**CB - 01**	Nguyễn Tùng Lâm	1979	Trưởng phòng Quản lý du lịch – Sở VHTT – DL tỉnh Thái Nguyên	23	Trực tuyến
2	**CB - 02**	Nguyễn Thị Hương Giang	1985	Chuyên viên Sở VHTT - DL tỉnh Thái Nguyên	13	Trực tiếp
3	**CB - 03**	Nguyễn Thị Thùy Linh	1980	Trưởng phòng Văn hóa – xã hội xã Tân Cương	20	Trực tiếp
4	**CB - 04**	Nhữ Minh Đức	1987	Chuyên viên	11	Trực tiếp

				phòng Văn hóa – xã hội xã Tân Cương		
	Nhóm Cộng đồng địa phương					
5	**CĐ - 01**	Nguyễn Thị Đông	1963	Cộng đồng địa phương	30	Trực tiếp
6	**CĐ - 02**	Nguyễn Hạnh Hương	1973	Cộng đồng địa phương	14	Trực tiếp
7	**CĐ - 03**	Nông Văn Minh	1968	Cộng đồng địa phương	21	Trực tiếp
8	**CĐ - 04**	Nguyễn Văn Hậu	1963	Cộng đồng địa phương	25	Trực tiếp
9	**CĐ - 05**	Trần Văn Huấn	1990	Cộng đồng địa phương	10	Trực tiếp
10	**CĐ - 06**	Bùi Thị Phương	1965	Cộng đồng địa phương	20	Trực tiếp
11	**CĐ - 07**	Đoàn Đức Quyền	1976	Cộng đồng địa phương	25	Trực tiếp
12	**CĐ - 08**	Đỗ Nam Hải	1960	Cộng đồng địa phương	30	Trực tiếp
	Nhóm Doanh nghiệp du lịch – Hợp tác xã					
13	**DN - 01**	Bùi Trọng Đại	1966	HTX Trà Tiến Yên	30	Trực tuyến
14	**DN - 02**	Bùi Viết Lục	2001	HTX Trà Tiến	5	Trực tiếp

				Yên		
15	**DN - 03**	Nguyễn Văn Thắng	1962	HTX Trà Thắng Hường	25	Trực tuyến
16	**DN - 04**	Đào Thị Thanh Hảo	1960	HTX Trà Hảo Đạt	35	Trực tuyến
17	**DN - 05**	Đoàn Quyền	1984	HTX Trà Hảo Đạt	10	Trực tiếp
18	**DN - 06**	Nguyễn Thị Minh	1978	Công ty du lịch Sen Vàng	20	Trực tiếp
19	**DN - 07**	Dương Anh Bang	1990	Công ty du lịch Flytour	10	Trực tiếp
20	**DN - 08**	Nguyễn Văn Thảo	1993	Công ty du lịch Monisa	10	Trực tiếp
21	**DN - 09**	Nguyễn Quang Việt	1995	Công ty du lịch 20 Travel	10	Trực tiếp

Bảng 3: Ma trận kiểm chứng chéo dữ liệu

Nội dung kiểm chứng	Khảo sát Du khách (n=286)	Phỏng vấn sâu (n = 21)	Khảo sát Thực địa	Kết luận Kiểm chứng chéo
1. Hạ tầng công & Khả năng tiếp cận	• Khả năng tiếp cận: 3,38/5.0. • Đường đến điểm DLNN: 3,29/5.0. • Biển chỉ dẫn: 3,15/5.0. • Nhà vệ sinh công cộng: 3,03/5.0 (thấp nhất).	Cán bộ quản lý (CB-03) cho biết hạ tầng chưa đồng bộ; bãi đỗ xe, biển chỉ dẫn và công trình vệ sinh thiếu quy chuẩn chung, phụ thuộc vào đầu tư riêng lẻ từng hộ	Đường chính (Tân Cương, Tố Hữu) đã rải nhựa/bê tông tốt. Tuy nhiên, đường nhỏ rẽ vào các nương chè còn hẹp, thiếu biển chỉ dẫn đồng bộ và thiếu bãi đỗ xe cho đoàn khách lớn.	Đồng thuận Hạ tầng giao thông chính kết nối tốt, nhưng hạ tầng dịch vụ phụ trợ (nhà vệ sinh, biển chỉ dẫn, bãi đỗ xe) chưa đáp ứng nhu cầu du lịch tập trung.
2. Sức hút Sản phẩm Chè Đặc hữu	• Hương vị đặc trưng, khác biệt: 4,18/5.0 (cao nhất). • Phản ánh văn hóa địa phương: 3,35/5.0. • Tính độc đáo so với vùng trà khác: 3,23/5.0.	Hộ dân (CĐ-06) và HTX (DN-04) khẳng định chất lượng chè nằm ở bí quyết hái/sao thủ công, nhưng thừa nhận sản phẩm bán cho khách còn đơn điệu, thiếu chế biến sâu và quà tặng sáng tạo.	Các HTX lớn (Hảo Đạt, Tiến Yên) đã đa dạng sản phẩm (Trà Đinh, Nõn tôm, Matcha). Hầu hết các hộ nhỏ lẻ chỉ bán trà khô đóng gói nilon đơn sơ, chưa có bao bì quà tặng du lịch bắt mắt.	Đồng nhất: Giá trị cốt lõi về hương vị trà Tân Cương được khẳng định vượt trội, nhưng thương mại hóa du lịch mới dừng ở trà khô truyền thống, thiếu bao bì và sản phẩm quà tặng tinh chế.

3. Sự tham gia & Năng lực Cộng đồng	• Thái độ thân thiện, hiếu khách: 3,84/5.0. • Ý thức bảo tồn văn hóa: 3,75/5.0. • Khả năng ngoại ngữ:2,84/5.0 (thấp nhất toàn bộ khảo sát).	Người dân (CĐ-01, CĐ-05) chia sẻ làm du lịch chủ yếu theo kinh nghiệm tự phát, ngại phục vụ khách quốc tế do rào cản ngoại ngữ, thiếu vốn và thiếu kỹ năng du lịch bài bản.	Người dân hướng dẫn hái chè, sao chè rất niềm nở, chân thành nhưng thao tác đón tiếp mang tính gia đình, thiếu tính chuyên nghiệp và hoàn toàn phụ thuộc hướng dẫn viên khi có khách nước ngoài.	Nhất quán Sự hiếu khách và tri thức bản địa là thế mạnh nổi bật, nhưng năng lực ngoại ngữ, nghiệp vụ du lịch và tư duy thị trường của cộng đồng là điểm nghẽn lớn nhất.
4. Hoạt động Trải nghiệm DLNN	• Nhu cầu: Hái chè (45,5%), Check-in (40,2%), Thưởng trà/Ẩm thực (38,8%). • Mức độ hấp dẫn chung: 3,21 – 3,38/5.0. • Thời gian chuyến đi: 1 ngày (51,4%), 1 buổi (32,2%).	Doanh nghiệp lữ hành (DN-06, DN-07, DN-09) đánh giá hoạt động trải nghiệm còn đơn điệu (chủ yếu quanh quẩn hái chè, sao chè), thiếu các tour chuyên sâu, thiền trà hay dưỡng sinh để giữ chân khách ở lại đêm.	Lịch trình trải nghiệm diễn ra ngắn, chủ yếu tập trung vào buổi sáng/chiều tại Không gian văn hóa trà hoặc HTX lớn, thiếu các hoạt động giải trí, giao lưu văn hóa đêm hoặc lưu trú dài ngày.	Trùng khớp: Các hoạt động hái/sao chè tạo sự thích thú ban đầu nhưng nội dung còn trùng lặp, thiếu đa dạng và mang tính thời vụ cao, dẫn đến thời gian lưu trú ngắn (chủ yếu đi trong ngày).
5. Cơ sở Vật chất Kỹ thuật Du lịch	• Cơ sở ăn uống đặc sản: 3,31/5.0. • Cảnh quan cơ sở lưu trú:	Cán bộ & Doanh nghiệp (CB-01, DN-05) phản ánh các homestay/farmstay	Các cơ sở lưu trú (Tiến Yên Farmstay, HTX Hảo Đạt) có cảnh quan đồi chè đẹp	Đồng thuận: Cơ sở vật chất kỹ thuật tại chỗ còn mỏng, phân tán, chỉ đáp ứng

	3,27/5.0. • Cửa hàng lưu niệm: 3,15/5.0. • Lưu trú phong cách nông thôn: 3,13/5.0.	chỉ có quy mô nhỏ (sức chứa 35–40 khách/lượt, ăn uống tối đa 100 khách), không đón được các đoàn khách MICE hoặc lữ hành quy mô lớn.	nhưng số lượng phòng ít. Đa số du khách sau khi trải nghiệm phải di chuyển về trung tâm TP. Thái Nguyên hoặc Hồ Núi Cốc để ăn uống, lưu trú chính.	được khách lẻ hoặc nhóm nhỏ, thiếu hệ thống dịch vụ bổ trợ đồng bộ.
6. Quảng bá - Xúc tiến & Liên kết Chuỗi	• Thương hiệu chè rõ ràng: 3,20/5.0. • Dễ tìm thông tin: 3,14/5.0. • Quảng bá hình ảnh hấp dẫn: 3,03/5.0. • Thông tin quảng bá giúp quyết định đến: 2,95/5.0.	Người dân & Doanh nghiệp (DN-03, CB-03) thừa nhận sự liên kết giữa Chính quyền - HTX - Lữ hành - Hộ dân còn lỏng lẻo; người dân làm chè lớn tuổi còn hạn chế trong việc ứng dụng công nghệ số/mạng xã hội.	Ngoại trừ HTX Hảo Đạt có kênh Fanpage/TikTok cập nhật thường xuyên, hầu hết các hộ dân và HTX khác không có website, quảng bá tự phát qua Facebook cá nhân hoặc phụ thuộc vào sự kiện của Tỉnh/Sở.	Hoàn toàn đồng thuận: Công tác truyền thông du lịch còn yếu và thiếu tính kích cầu trực tiếp (điểm 2,95); liên kết chuỗi giá trị du lịch nông nghiệp còn rời rạc, chưa tạo được thương hiệu du lịch số mạnh mẽ.

(Nguồn: Tổng hợp của tác giả từ kết quả khảo sát bảng hỏi, phỏng vấn sâu và khảo sát thực địa, 2026)

PHỤ LỤC 03

KẾT QUẢ KHẢO SÁT CỦA TÁC GIẢ

2.1. Kết quả khảo sát khách du lịch

Bảng 1. Đặc điểm nhân khẩu học của du khách tham gia khảo sát

STT	Thông tin khảo sát	Đặc điểm	Số lượng	Tỷ lệ %
1	Độ tuổi	18 - 25 tuổi	54	16,4 %
		26 – 35 tuổi	139	42,1 %
		36 – 50 tuổi	100	30,3 %
		50 – 60 tuổi	20	6,1 %
		>60 tuổi	17	5,2 %
2	Giới tính	Nam	138	41,8 %
		Nữ	184	55,8 %
		Khác	8	2,4 %
3	Nơi ở hiện tại	Hà Nội	99	30,0 %
		Thái Nguyên	95	28,8 %
		Tỉnh khác	136	41,2 %
4	Nghề nghiệp	Học sinh, sinh viên	56	17,0 %
		Công nhân, viên chức	157	47,6 %
		Nội trợ	31	9,4 %
		Kinh doanh	51	15,5 %

		Khác	35	10,5 %
5	Thu nhập bình quân	<6 triệu/tháng	60	18,2 %
		7 – 10 triệu/tháng	83	25,2 %
		10 – 15 triệu/tháng	139	42,1 %
		15 – 20 triệu/tháng	34	10,3 %
		>20 triệu/tháng	14	4,2 %

Bảng 2. Nhận diện thông tin khảo sát của du khách

STT	Thông tin khảo sát	Đặc điểm	Số lượng	Tỷ lệ (%)
1	Khách đã từng đến Vùng trà Tân Cương chưa	Đã từng	286	86,7 %
2		Chưa từng	44	13,3 %

Bảng 3. Đặc điểm hành vi của khách du lịch đến vùng trà Tân Cương

STT	Đặc điểm	Số lượng	Tỷ lệ
1	**Hình thức biết đến vùng trà Tân Cương**	**n = 286**	**100%**
	Bạn bè, gia đình giới thiệu	31	10,8%
	Truyền thông mạng/zalo/facebook website	96	33,6 %
	Sách/ báo/ tạp chí	10	3,5 %
	Công ty du lịch	107	37,4 %
	Khác	42	14,7 %
2	**Hình thức đi du lịch**	**n = 286**	**100%**
	Tự tổ chức	175	61,2 %
	Đi theo nhóm do các công ty du lịch tổ chức	111	38,8 %
3	**Mức chi tiêu ước tính đã chi**	**n = 286**	**100%**
	< 500.000 VNĐ	38	13,3 %
	500.000 – 1.000.000 VNĐ	101	35,3 %

	1.000.000 – 3.000.000 VNĐ	106	37,1 %
	> 3.000.000 VNĐ	41	14,3 %

Bảng 4. Đề xuất của du khách về các giải pháp nâng cao chất lượng hoạt động du lịch nông nghiệp tại vùng trà Tân Cương

STT	Nội dung	Số lượng	Tỷ lệ %
1	Đẩy mạnh nâng cấp và hoàn thiện hệ thống cơ sở hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ phát triển hoạt động du lịch.	128	44,8 %
2	Phát triển đa dạng và nâng cao chất lượng các sản phẩm du lịch trải nghiệm trà nhằm đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của du khách.	163	57,0 %
3	Đẩy mạnh các hoạt động xúc tiến và quảng bá nhằm nâng cao hình ảnh và sức hấp dẫn của du lịch nông nghiệp vùng trà	104	36,4 %
4	Tăng cường đào tạo, bồi dưỡng kỹ năng và kiến thức du lịch cho cộng đồng địa phương	70	24,5 %
5	Quy hoạch phát triển du lịch nông nghiệp vùng trà một cách đồng bộ và bền vững	85	29,7 %
6	Thúc đẩy liên kết các tuyến, điểm du lịch vùng trà Tân Cương với hệ thống điểm du lịch trong tỉnh	78	27,3 %
7	Tăng cường cơ chế phối hợp giữa các bên liên quan nhằm nâng cao hiệu quả quản lý và phát triển du lịch	72	25,2 %

(Người trả lời được chọn nhiều phương án; tỷ lệ tính trên (N=286), do đó tổng tỷ lệ các phương án không nhất thiết bằng 100%.)

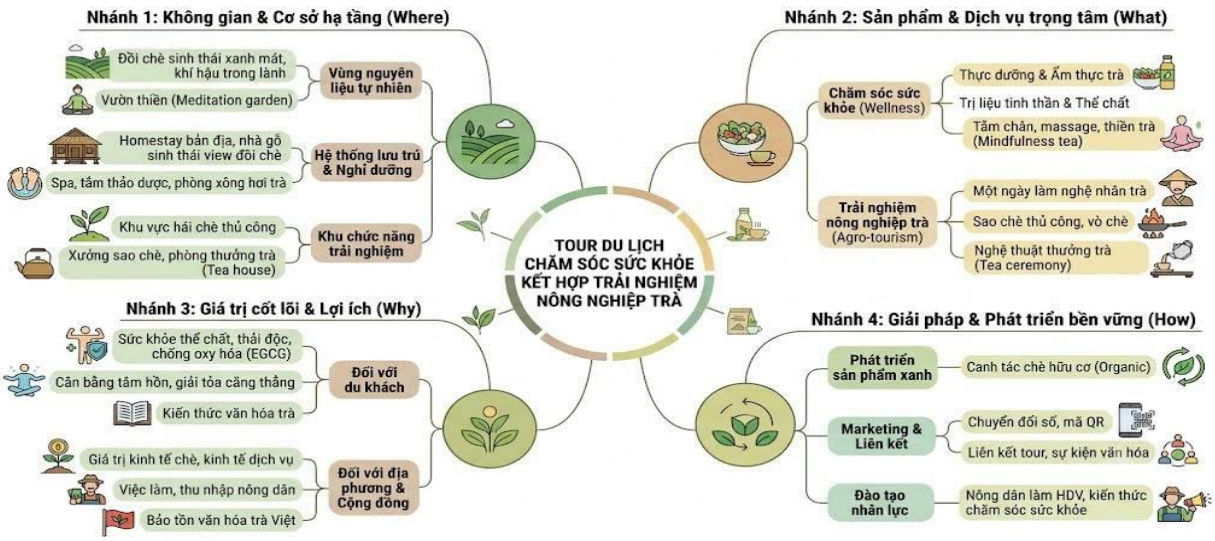
PHỤ LỤC 04

MỘT SỐ HÌNH ẢNH



Hình 1. Đề xuất một số sản phẩm lưu niệm mang dấu ấn vùng trà Tân Cương

(Nguồn: Tác giả minh họa bằng phần mềm Gemini, 2026)



Hình 2. Bản đồ tư duy tour du lịch chăm sóc sức khỏe kết hợp trải nghiệm nông nghiệp ở vùng trà Tân Cương

(Nguồn: Tác giả minh họa bằng phần mềm Gemini, 2026)





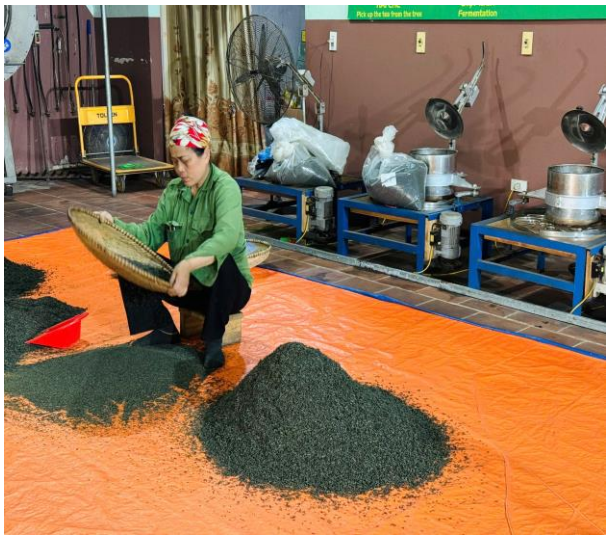
Hình 3. Hoạt động chăm sóc sức khỏe trong tour du lịch chăm sóc sức khỏe kết hợp trải nghiệm nông nghiệp ở vùng trà Tân Cương

(Nguồn: Tác giả minh họa bằng phần mềm Gemini, 2026)


Tác Xã Chè Hảo Đạt


Hảo Đạt
KHU VỰC TRƯNG BÀY





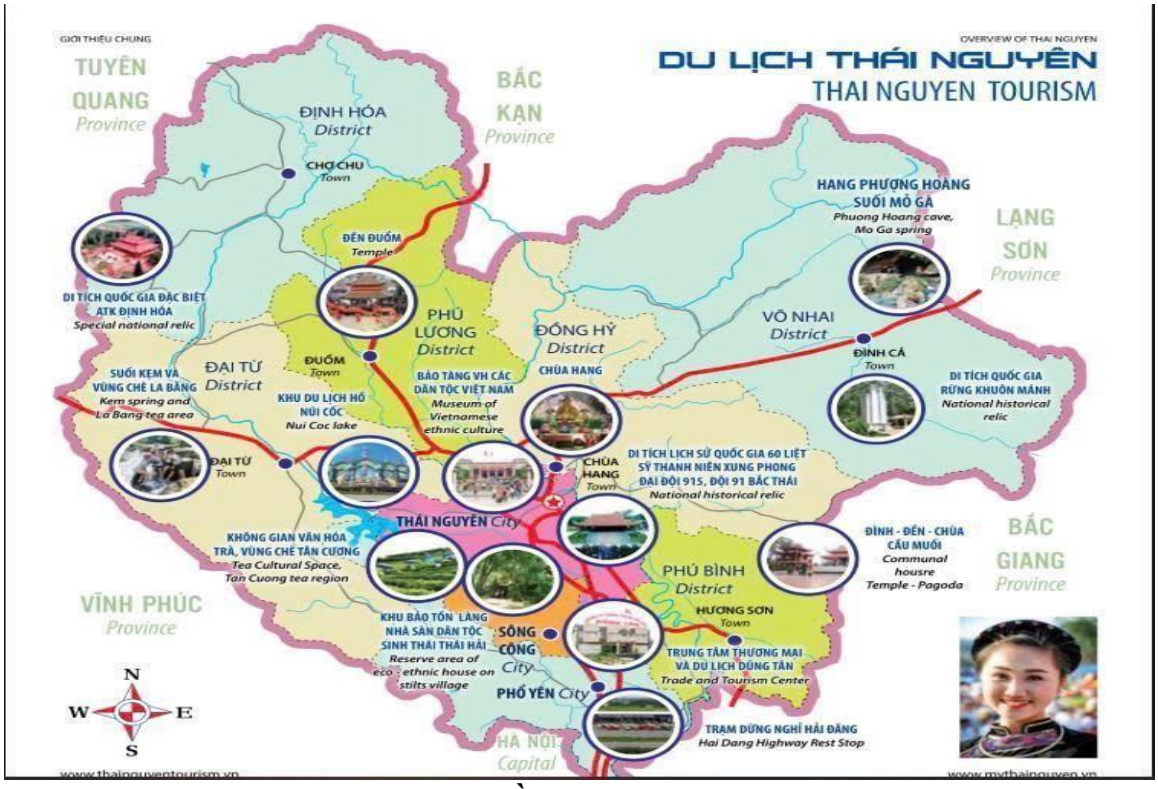






Hình 4. Một số hình ảnh ở vùng trà Tân Cương

(Nguồn: Tác giả tự thu thập trong đợt khảo sát, 2026)

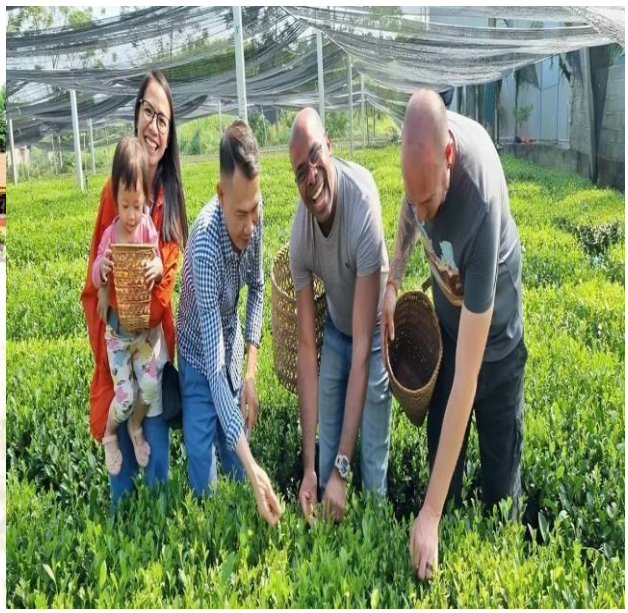


Hình 5. Bản đồ du lịch Thái Nguyên

(Nguồn: Trung tâm khai thác xúc tiến phát triển du lịch Thái Nguyên, 2025)



Người dân hái chè



Du khách tham gia trải nghiệm hái chè



Du khách trải nghiệm sao chè truyền thống



Cơ sở lưu trú tại Tiến Yên farmstay



Du khách trải nghiệm thưởng trà





Khu vực trải nghiệm ẩm thực địa phương



Lễ hội Hương sắc – Danh trà

Hình 6. Một số hình ảnh hoạt động du lịch nông nghiệp ở vùng trà Tân Cương

(Nguồn: Tác giả sưu tầm, 2026)