

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

Phan Minh Châu

NGHIÊN CỨU PHÁT TRIỂN DU LỊCH SÁNG TẠO
TẠI LÀNG NGHỀ TRUYỀN THỐNG Ở NINH THUẬN

LUẬN ÁN TIẾN SĨ DU LỊCH

HÀ NỘI - 2025

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

Phan Minh Châu

NGHIÊN CỨU PHÁT TRIỂN DU LỊCH SÁNG TẠO
TẠI LÀNG NGHỀ TRUYỀN THỐNG Ở NINH THUẬN

Chuyên ngành: Du lịch

Mã số: 981010.01

LUẬN ÁN TIẾN SĨ DU LỊCH

NGƯỜI HƯỚNG DẪN KHOA HỌC:

- PGS.TS TRẦN THÚY ANH
- TS NGUYỄN THU THỦY

HÀ NỘI - 2025

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan Đề tài nghiên cứu “Nghiên cứu phát triển du lịch sáng tạo tại làng nghề truyền thống ở Ninh Thuận” là công trình nghiên cứu của riêng tôi. Những nội dung trong Luận án này là do tôi thực hiện dưới sự hướng dẫn trực tiếp của PGS.TS. Trần Thúy Anh và TS. Nguyễn Thu Thủy.

Mọi tài liệu tham khảo được dùng trong Luận án này đều được trích dẫn rõ ràng tên tác giả, tên công trình nghiên cứu.

Các số liệu và kết quả nghiên cứu trong luận án này là do chính tôi thực hiện, trung thực và không trùng lặp với các đề tài khác.

Mọi sự sao chép không hợp lệ, vi phạm quy chế về đào tạo, tôi xin chịu hoàn toàn trách nhiệm.

Tác giả

LỜI CẢM ƠN

Trước hết, tôi xin cảm ơn hai cô giáo hướng dẫn của tôi là PGS.TS. Trần Thúy Anh và TS. Nguyễn Thu Thủy, vì sự giúp đỡ và động viên chuyên nghiệp trong suốt 5 năm làm Luận án.

Tôi xin cảm ơn các đồng nghiệp trong Khoa Quản trị du lịch nhà hàng khách sạn của Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh (HUTECH) đã theo dõi và hỗ trợ tôi trong suốt thời gian làm Luận án. Hơn nữa, tôi xin chân thành cảm ơn đến quý thầy cô Khoa Du lịch Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn Hà Nội đã mở rộng kiến thức quý báu về phương pháp luận và lý thuyết cho tôi, đặc biệt là cô Nguyễn Ngọc Dung, thầy Nguyễn Phạm Hùng, thầy Phạm Hồng Long, thầy Trần Đức Thanh, thầy Trịnh Lê Anh, cô Đặng Thị Phương Anh,... Tôi cũng cảm ơn Ban chủ nhiệm Khoa, các giảng viên, anh/ chị/ em trợ lý giáo vụ đã hỗ trợ chúng tôi trong suốt thời gian 4 năm học tập và nghiên cứu tại Khoa Du lịch học Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Đại học Quốc gia Hà Nội.

Tôi xin tỏ lòng biết ơn với tất cả các anh chị bao gồm: giảng viên, chuyên viên, trưởng thôn, Ban Quản lý làng gốm, Sở Du lịch, Ủy ban nhân dân cùng doanh nghiệp địa phương, doanh nghiệp du lịch, anh chị em hướng dẫn viên du lịch và khách tham quan đã hỗ trợ cho tôi phỏng vấn, khảo sát, điều tra, cung cấp tài liệu cho tôi, nếu không có sự giúp đỡ từ họ, luận án này sẽ không thể thực hiện được.

Ngoài ra, một lời cảm ơn đặc biệt đến gia đình tôi, trong suốt thời gian qua luôn bên cạnh tôi hoàn thành Luận án này.

MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN	1
LỜI CẢM ƠN	2
MỞ ĐẦU	10
1. Lý do chọn đề tài	10
2. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu	12
2.1. Đối tượng nghiên cứu	12
2.2. Phạm vi nghiên cứu	13
3. Mục đích nghiên cứu và nhiệm vụ nghiên cứu	14
3.1. Mục đích nghiên cứu	14
3.2. Nhiệm vụ nghiên cứu.....	14
4. Câu hỏi nghiên cứu.....	15
5. Ý nghĩa khoa học và thực tiễn	15
5.1. Ý nghĩa khoa học	15
5.2. Ý nghĩa thực tiễn.....	16
6. Cấu trúc của Luận án	17
Chương 1. TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU	18
1.1. Tổng quan nghiên cứu thông qua phân tích trắc lượng thư mục	18
1.1.1. Xu hướng công bố nghiên cứu theo thời gian.....	23
1.1.2. Mạng lưới từ khóa và cụm chủ đề nghiên cứu.....	24
1.1.3. Tác giả và nguồn có ảnh hưởng	24
1.1.4. Nhận định tổng quan từ phân tích trắc lượng	24
1.2. Nghiên cứu về phát triển loại hình du lịch sáng tạo	25
1.3. Nghiên cứu về phát triển sản phẩm du lịch sáng tạo	29
1.4. Nghiên cứu về phát triển du lịch sáng tạo tại làng nghề truyền thống... 32	
1.4.1. Nghiên cứu quốc tế về du lịch sáng tạo tại làng nghề.....	32
1.4.2. Nghiên cứu trong nước về du lịch làng nghề và du lịch sáng tạo tại làng nghề.....	33
1.4.3. Nghiên cứu về rủi ro văn hóa và tác động tiêu cực trong du lịch làng nghề	34
1.5. Nghiên cứu về các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch sáng tạo.. 37	
1.5.1. Các nghiên cứu quốc tế về nhân tố ảnh hưởng	37
1.5.2. Các nghiên cứu trong nước về nhân tố ảnh hưởng	39

1.5.3. Tổng hợp các nhóm nhân tố đã được nghiên cứu	39
1.6. Khoảng trống nghiên cứu và những vấn đề luận án tập trung giải quyết	41
1.6.1. Giá trị kế thừa từ các công trình đã tổng quan.....	41
1.6.2. Khoảng trống nghiên cứu.....	41
1.6.3. Những vấn đề luận án tập trung giải quyết	43
Chương 2. CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ CƠ SỞ THỰC TIỄN CỦA NGHIÊN CỨU	45
2.1. Cơ sở lý luận về phát triển du lịch sáng tạo	45
2.1.1. Các khái niệm cơ bản.....	45
a) Loại hình du lịch và sản phẩm du lịch	45
b) Du lịch sáng tạo – khái niệm và đặc trưng	46
c) Sản phẩm du lịch sáng tạo – phân loại các loại hình sản phẩm du lịch sáng tạo	49
d) Phát triển du lịch sáng tạo – nội hàm và cách tiếp cận	51
e) Phân biệt các khái niệm công cụ.....	52
2.1.2. Điều kiện phát triển du lịch sáng tạo tại làng nghề.....	54
2.1.3. Đặc trưng của phát triển du lịch sáng tạo tại làng nghề truyền thống.....	56
2.2. Các lý thuyết nền tảng.....	57
2.2.1. Lý thuyết đồng tạo giá trị (Value Co-creation Theory)	58
2.2.2. Lý thuyết trao đổi xã hội (Social Exchange Theory)	58
2.2.3. Mô hình ba yếu tố du lịch sáng tạo (Richards, 2011)	59
2.2.4. Tổng hợp các mô hình nghiên cứu liên quan	60
2.3. Cơ sở thực tiễn về phát triển du lịch sáng tạo.....	68
2.3.1. Chính sách pháp luật Việt Nam về phát triển du lịch sáng tạo	68
2.3.2. Kinh nghiệm quốc tế về phát triển du lịch sáng tạo tại làng nghề	69
2.3.3. Bài học kinh nghiệm cho phát triển du lịch sáng tạo tại Ninh Thuận.....	70
2.4. Cơ sở đề xuất mô hình các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch sáng tạo tại làng nghề truyền thống ở Ninh Thuận.....	71
2.4.1. Nền tảng lý thuyết của mô hình	71
2.4.2. Các nhân tố và giả thuyết nghiên cứu	71
2.4.3. Mô hình nghiên cứu đề xuất	73
2.4.4. Thang đo và biến quan sát	76
Tiểu kết Chương 2	79
Chương 3. BỐI CẢNH NGHIÊN CỨU VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU	81

3.1. Bối cảnh nghiên cứu: Hai làng nghề truyền thống ở Ninh Thuận	81
3.1.1. Tổng quan về các làng nghề truyền thống ở Ninh Thuận.....	81
3.1.2. Làng gốm Bàu Trúc	82
3.1.3. Làng dệt Mỹ Nghiệp	87
3.1.4. Liên kết hai làng nghề trong hệ sinh thái du lịch Ninh Thuận.....	92
3.2. Phương pháp nghiên cứu	93
3.2.1. Tiếp cận nghiên cứu và thiết kế tổng thể	93
3.2.2. Phương pháp phân tích tài liệu	94
3.2.3. Phương pháp phỏng vấn sâu	99
3.2.4. Phương pháp điều tra bằng bảng hỏi	101
3.2.5. Quy trình xây dựng và hiệu chỉnh thang đo.....	103
3.2.6. Phương pháp nghiên cứu trường hợp.....	104
3.2.7. Phương pháp xử lý thông tin và báo cáo kết quả.....	104
Tiểu kết Chương 3	105
Chương 4. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU	107
4.1. Mô tả mẫu khảo sát chính thức.....	107
4.2. Kiểm định thang đo và phân tích nhân tố	108
4.2.1. Đánh giá độ tin cậy thang đo (Cronbach's Alpha)	109
4.2.2. Phân tích nhân tố khám phá (EFA).....	110
4.2.3. Phân tích tương quan Pearson	120
4.3. Thực trạng phát triển du lịch sáng tạo tại làng nghề truyền thống ở Ninh Thuận.....	121
4.3.1. Điểm mạnh và tiềm năng	122
4.3.2. Hạn chế và thách thức	128
4.3.3. Tác động xã hội - văn hóa của du lịch sáng tạo tại làng nghề	131
4.4. Kiểm định mô hình và giả thuyết nghiên cứu	132
4.4.1. Phân tích hồi quy đa biến.....	132
4.4.2. Kết quả kiểm định giả thuyết	133
4.4.3. Phân tích chi tiết các nhân tố ảnh hưởng	134
4.5. Kiểm định sự khác biệt theo đặc điểm du khách.....	141
4.5.1. Kết quả kiểm định sự khác biệt (Independent samples T test) về giới tính về phát triển du lịch sáng tạo tại làng nghề truyền thống Ninh Thuận	141
4.5.2. Kết quả kiểm định sự khác biệt (Independent samples T test) về độ tuổi về phát triển du lịch sáng tạo tại làng nghề truyền thống Ninh Thuận.	143

4.5.3. Kết quả kiểm định sự khác biệt (Independent samples T test) về trình độ về phát triển du lịch sáng tạo tại làng nghề truyền thống Ninh Thuận	145
4.5.4. Kết quả kiểm định sự khác biệt (Independent samples T test) về “đi du lịch cùng ai” về phát triển du lịch sáng tạo tại làng nghề truyền thống Ninh Thuận	146
4.5.5. Kết quả kiểm định sự khác biệt (Independent samples T test) về mục đích đánh giá phát triển du lịch sáng tạo tại làng nghề truyền thống Ninh Thuận .	148
4.6. Vai trò của phát triển du lịch sáng tạo tại làng nghề truyền thống ở Ninh Thuận.....	150
4.6.1. Góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế	151
4.6.2. Giải quyết việc làm	151
4.6.3. Hạn chế sự di dân tự do	152
4.6.4. Nâng cao thu nhập, cải thiện hệ thống hạ tầng nông thôn	152
4.6.5. Đa dạng hóa kinh tế nông thôn và thúc đẩy quá trình đô thị hóa	153
4.6.6. Bảo tồn và phát triển giá trị văn hóa dân tộc	153
4.6.7. Thúc đẩy liên kết hai làng nghề và hệ sinh thái du lịch Ninh Thuận....	155
Tiểu kết Chương 4	156
Chương 5. THẢO LUẬN KẾT QUẢ VÀ KHUYẾN NGHỊ.....	158
5.1. Thảo luận về kết quả nghiên cứu	158
5.2. Giải pháp phát triển du lịch sáng tạo tại các làng nghề truyền thống ở Ninh Thuận	161
5.2.1. Đa dạng hóa và nâng cao chất lượng hoạt động sáng tạo	161
5.2.2. Phát triển nguồn nhân lực sáng tạo và nâng cao vai trò của cộng đồng	162
5.2.3. Khai thác và phát huy nguồn lực sáng tạo	163
5.2.4. Nâng cao giá trị kỹ thuật sáng tạo gắn với bảo tồn di sản	164
5.2.5. Ứng dụng công nghệ số và trí tuệ nhân tạo (AI) trong phát triển du lịch sáng tạo	165
5.2.6. Bảo vệ môi trường, gìn giữ bản sắc văn hóa và đảm bảo phát triển bền vững	166
5.3. Một số khuyến nghị	167
5.3.1. Đối với UBND tỉnh Khánh Hòa và chính quyền địa phương tại khu vực Ninh Thuận	167
5.3.2. Đối với doanh nghiệp du lịch và nhà đầu tư	168
5.3.3. Đối với cộng đồng làng nghề và nghệ nhân.....	169

5.3.4. Đối với các cơ sở đào tạo và viện nghiên cứu	170
5.3.5. Đối với hiệp hội nghề và tổ chức xã hội	170
Tiểu kết Chương 5	171
KẾT LUẬN	172
1. Tóm tắt các kết quả chính.....	172
2. Đóng góp của luận án	175
DANH MỤC CÔNG TRÌNH KHOA HỌC CỦA TÁC GIẢ LIÊN QUAN ĐẾN	
LUẬN ÁN.....	178
TÀI LIỆU THAM KHẢO	180
PHỤ LỤC 1. BẢNG KHẢO SÁT	197
PHỤ LỤC 2: PHỎNG VẤN CHUYÊN GIA	204
PHỤ LỤC 3. HÌNH ẢNH	217

DANH MỤC CÁC KÝ HIỆU VÀ CHỮ VIẾT TẮT

CFA	Phân tích nhân tố khẳng định (Confirmmatory Factor Analysis).
COVID 19	Bệnh suy hô hấp (Coronavirus Disease 2019).
EFA	Phân tích yếu tố khám phá (Exploratory Factor Analysis)
NN&PTNT	Nông nghiệp và Phát triển nông thôn
SPSS	Phần mềm thống kê cho khoa học xã hội (Statistical Package for the Social Sciences)
UNWTO	Tổ chức Du lịch thế giới thuộc Liên Hợp Quốc (United Nations World Tourism Organization)
VHTT&DL	Văn hóa, Thể thao và Du lịch

DANH MỤC BẢNG BIỂU

Bảng 1. 1. Thống kê các nghiên cứu về Du lịch sáng tạo trên trang Dimensions AI19	
Bảng 1. 2. Thống kê các nghiên cứu về Du lịch sáng tạo trên trang Dimensions AI19	
Bảng 1. 3. Tóm tắt giai đoạn phát triển nghiên cứu về phát triển loại hình du lịch sáng tạo trên thế giới và Việt Nam.....	27
Bảng 1. 4. Các giai đoạn phát triển của du lịch sáng tạo.....	28
Bảng 1. 5. Tóm tắt các nghiên cứu tiêu biểu về sản phẩm du lịch sáng tạo.....	30
Bảng 1. 6. Tóm tắt các nghiên cứu tiêu biểu về loại hình du lịch sáng tạo tại các làng nghề truyền thống.....	35
Bảng 1. 7. Tổng hợp các nhóm nhân tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch sáng tạo	39
Bảng 2. 1. Tóm tắt quá trình phát triển của khái niệm du lịch sáng tạo.....	47
Bảng 2. 2. So sánh sự khác nhau giữa du lịch sáng tạo tại làng nghề truyền thống với những nơi khác.....	57
Bảng 2. 3. Bảng tóm tắt các mô hình hay hình thức tiếp cận du lịch sáng tạo.....	62
Bảng 2. 4. Tóm tắt nghiên cứu đánh giá các nguồn lực phát triển du lịch sáng tạo.	74
Bảng 2. 5. Cơ sở lý thuyết của việc thiết kế các yếu tố.....	75
Bảng 2. 6. Cơ sở lý thuyết của việc thiết kế của việc thiết kế thang đo.....	76
Bảng 3. 1. Ma trận liên kết câu hỏi nghiên cứu - phương pháp - kết quả	93
Bảng 3. 2. Thống kê các nghiên cứu về Du lịch sáng tạo trên trang Dimensions AI95	
Bảng 3. 3. Thống kê các nghiên cứu về Du lịch sáng tạo trên trang Dimensions AI95	
Bảng 3. 4. Thiết kế phỏng vấn sâu theo nhóm đối tượng.....	100
Bảng 4. 1. Tổng hợp đặc điểm mẫu khảo sát (n=268)	107
Bảng 4. 2. Tổng hợp kết quả kiểm định Cronbach's Alpha.....	109
Bảng 4. 3. Kết quả kiểm định KMO và Barlett's Test biến độc lập.....	110
Bảng 4. 4. Ma trận xoay nhân tố sau phân tích EFA.....	111
Bảng 4. 5. Phương sai trích	112
Bảng 4. 6. Kết quả Kiểm định EFA (Rotated Component Matrix).....	113
Bảng 4. 7. Kết quả Kiểm định EFA (KMO và Bartlett's Test).....	114
Bảng 4. 8. Kết quả Kiểm định EFA	115
Bảng 4. 9. Kết quả Rotated Component Matrix.	116
Bảng 4. 10. Kết quả EFA lần cuối của biến độc lập.....	118
Bảng 4. 11. Kết quả KMO và bartlett's Test cho biến phụ thuộc	118
Bảng 4. 12. Kết quả Total Variance Explained.....	119
Bảng 4. 13. Kết quả Component Matrix PT.....	119
Bảng 4. 14. Kết quả EFA lần cuối của biến phụ thuộc	120
Bảng 4. 15. Kết quả tương quan Pearson được thể hiện trong bảng Correlations .	120
Bảng 4. 16. Kết quả ANOVA	132
Bảng 4. 17. Model Summary	132
Bảng 4. 18. Hệ số hồi quy	133
Bảng 4. 19. Tổng hợp kết quả kiểm định giả thuyết nghiên cứu	133

Bảng 4. 20. Kiểm định các giả định của mô hình hồi quy	134
Bảng 4. 21. Kết quả giá trị bình quân nhân tố nguồn lực (NL) sáng tạo	135
Bảng 4. 22. Kết quả giá trị bình quân nhân tố Kỹ thuật và quá trình sáng tạo (KT)	136
Bảng 4. 23. Kết quả giá trị bình quân nhân tố.....	138
Bảng 4. 24. Kết quả giá trị bình quân nhân tố.....	139
Bảng 4. 25. Kết quả giá trị bình quân nhân tố.....	140
Bảng 4. 26. Kết quả kiểm định sự khác biệt (Independent samples T test)	141
Bảng 4. 27. Kết quả Test of Homogeneity of Variances.....	143
Bảng 4. 28. Kết quả ANOVA PT	143
Bảng 4. 29. Kết quả Descriptives	145
Bảng 4. 30. Kết quả Test of Homogeneity of Variances.....	146
Bảng 4. 31. Kết quả Tobust tests of equality of meas của nhân tố phát triển (PT) du lịch sáng tạo giữa các đáp viên có người đi du lịch khác nhau	147
Bảng 4. 32. Kết quả Test of Homogeneity of Variances mục đích đánh giá phát triển du lịch sáng tạo tại làng nghề truyền thống Ninh Thuận.....	148
Bảng 4. 33. Kết quả Robust tests of Equality of Means của phát triển du lịch sáng tạo giữa các đáp viên có mục đích khác nhau	148
Bảng 4. 34. Tổng hợp kết quả kiểm định sự khác biệt.....	150

DANH MỤC HÌNH

Hình 1. 1. Biểu đồ nghiên cứu về du lịch sáng tạo từ năm 2015 đến năm 2023.....	20
Hình 1. 2. Các giai đoạn thực hiện	22
Hình 1. 3. Một loại hình tiếp cận du lịch sáng tạo	61

DANH MỤC HỘP

Hộp 4.1. Câu chuyện về “Mỹ Nghiệp Fashion” – Dệt thổ cẩm kết nối hiện đại ...	123
Hộp 4.2. Câu chuyện về “Lớp học làm gốm mini” của bà Ân – Làng gốm Bàu Trúc	126
Hộp 4.3. Câu chuyện của gia đình ông Ba Đạt – Phát triển du lịch cộng đồng gắn liền với nông nghiệp sạch.....	127
Hộp 4.4. Câu chuyện từ Bàu Trúc và Mỹ Nghiệp – Vai trò của phát triển du lịch sáng tạo ở cộng đồng làng nghề	154

MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Trong bối cảnh du lịch toàn cầu chuyển mình mạnh mẽ sau đại dịch COVID-19, ngành du lịch thế giới đang chứng kiến sự dịch chuyển sâu sắc từ mô hình du lịch đại chúng sang các hình thức du lịch mang tính cá nhân hóa, bền vững và gắn kết với cộng đồng. Du lịch sáng tạo (creative tourism) nổi lên như một xu hướng tất yếu, được Tổ chức Du lịch Thế giới (UNWTO) và UNESCO đánh giá là hướng đi chiến lược cho việc bảo tồn di sản văn hóa đồng thời thúc đẩy phát triển kinh tế địa phương. Theo Richards (2011), du lịch sáng tạo không chỉ là sự mở rộng của du lịch văn hóa mà còn đại diện cho một hệ sinh thái mới, trong đó du khách trở thành chủ thể đồng sáng tạo (co-creator) cùng với cộng đồng bản địa. Đặc biệt, UNWTO (2021) đã khởi xướng sáng kiến "Làng du lịch tốt nhất" (Best Tourism Villages) và nhấn mạnh việc "bảo tồn di sản văn hóa và phát triển bền vững thông qua du lịch" tại các cộng đồng nông thôn và làng nghề. Xu hướng này đặt ra yêu cầu cấp thiết cho các quốc gia đang phát triển, trong đó có Việt Nam, phải tìm kiếm các mô hình du lịch sáng tạo phù hợp với đặc thù văn hóa và di sản bản địa.

Tại Việt Nam, theo số liệu thống kê của Hiệp hội Làng nghề Việt Nam, cả nước hiện có 5.411 làng nghề, trong đó nhiều làng nghề đã trở thành điểm đến du lịch quen thuộc như Bát Tràng, Vạn Phúc, Thanh Hà, Hội An. Tuy nhiên, thực tế cho thấy phần lớn hoạt động du lịch tại các làng nghề vẫn dừng lại ở mô hình tham quan thụ động - du khách đến xem, chụp ảnh và mua sản phẩm lưu niệm, trong khi tiềm năng tạo ra các trải nghiệm sáng tạo mang tính đồng tham gia (co-creation), cá nhân hóa và gắn kết với cộng đồng chưa được khai thác đúng mức. Sản phẩm du lịch tại các làng nghề truyền thống còn đơn điệu, thiếu tính sáng tạo; công tác tổ chức trải nghiệm chưa chuyên nghiệp; kỹ năng quảng bá, kết nối thị trường còn hạn chế (Huỳnh Diệp Trâm Anh, 2018). Khoảng cách giữa tiềm năng to lớn của hệ thống làng nghề truyền thống và hiệu quả khai thác du lịch thực tế cho thấy nhu cầu cấp thiết phải nghiên cứu và triển khai các mô hình du lịch sáng tạo phù hợp.

Ninh Thuận là vùng đất nổi bật với sự đa dạng văn hóa, trong đó văn hóa Chăm giữ vai trò trung tâm, tạo nên bản sắc đặc trưng cho địa phương. Người Chăm tại đây không chỉ để lại nhiều công trình kiến trúc độc đáo như tháp Pô Klong Gia Rai, tháp Hòa Lai - những di tích cấp quốc gia đặc biệt - mà còn bảo tồn nhiều giá trị văn hóa phi vật thể quý giá qua các làn điệu dân ca, điệu múa truyền thống, lễ hội tín ngưỡng như lễ hội Katê, và đặc biệt là các nghề thủ công truyền thống. Trong số đó, hai làng nghề tiêu biểu nhất là làng gốm Bàu Trúc và làng dệt thổ cẩm Mỹ Nghiệp. Làng gốm Bàu Trúc - được xem là làng gốm cổ nhất Đông Nam Á - nơi nghệ nhân Chăm vẫn duy trì kỹ thuật nặn gốm bằng tay không dùng bàn xoay và nung lò thiên theo phương pháp hàng nghìn năm tuổi. Năm 2022, Nghệ thuật làm gốm của người Chăm đã được UNESCO ghi danh vào Danh sách Di sản văn hóa phi vật thể cần bảo vệ khẩn cấp. Làng dệt Mỹ Nghiệp với kỹ thuật dệt thổ cẩm truyền thống trên khung dệt gỗ, sử dụng hoa văn biểu tượng mang ý nghĩa tâm linh và văn hóa sâu sắc, là biểu tượng sống động của nghệ thuật dệt Chăm. Bên cạnh hai làng nghề truyền thống này, Ninh Thuận còn có hàng chục làng nghề tiểu thủ công nghiệp khác như chế biến hải sản, chế biến nước mắm, sản xuất đồ gỗ mỹ nghệ, làm rượu nho, nho sấy, táo sấy (Thành, 2020).

Cần lưu ý rằng, toàn bộ quá trình nghiên cứu, khảo sát thực địa và thu thập dữ liệu của luận án được thực hiện trong giai đoạn 2017-2024, khi Ninh Thuận vẫn là đơn vị hành chính cấp tỉnh độc lập. Từ ngày 01/7/2025, theo Nghị quyết số 202/2025/QH15 ngày 12/6/2025 của Quốc hội khóa XV, tỉnh Ninh Thuận và tỉnh Khánh Hòa đã chính thức sáp nhập thành tỉnh Khánh Hòa (mới). Do đó, luận án sử dụng tên gọi "Ninh Thuận" theo đúng bối cảnh thời kỳ nghiên cứu. Các kết luận khoa học và dữ liệu thực nghiệm của luận án phản ánh đúng hiện trạng địa phương trong giai đoạn nghiên cứu và vẫn giữ nguyên giá trị tham khảo cho công tác hoạch định chính sách, bảo tồn và phát triển du lịch sáng tạo tại khu vực này trong cơ cấu hành chính mới.

Mặc dù đã có những nỗ lực ban đầu trong việc đưa các hoạt động trải nghiệm như nặn gốm, dệt vải cùng nghệ nhân, trình diễn nghề và giới thiệu trang phục truyền

thống vào phục vụ du khách, hiệu quả khai thác du lịch tại hai làng nghề này vẫn còn khiêm tốn. Các hoạt động du lịch chưa thực sự đi vào chiều sâu, còn mang tính rời rạc, chưa thể hiện hết giá trị văn hóa bản địa; kỹ năng tổ chức trải nghiệm còn chưa chuyên nghiệp và sự tham gia của cộng đồng chưa được phát huy đầy đủ. Du khách chủ yếu đến tham quan, chụp ảnh và mua sản phẩm thay vì được tham gia vào quá trình sáng tạo cùng nghệ nhân - điều mà du lịch sáng tạo hướng tới.

Về phương diện học thuật, mặc dù đã có nhiều công trình khoa học quốc tế và trong nước nghiên cứu về du lịch sáng tạo (Richards, 2011; UNESCO, 2006; Tan và cộng sự, 2013; Nguyễn Thu Thủy và cộng sự, 2012; Trần Đình Tuấn, 2014), phần lớn các nghiên cứu tập trung vào bối cảnh đô thị hoặc các trung tâm sáng tạo lớn. Các nghiên cứu chuyên sâu về du lịch sáng tạo tại làng nghề truyền thống - đặc biệt trong bối cảnh di sản phi vật thể của cộng đồng dân tộc thiểu số - vẫn còn rất hạn chế. Thiếu hụt các nghiên cứu thực nghiệm về mô hình nhân tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch sáng tạo tại làng nghề; thiếu bộ thang đo chuẩn hóa cho bối cảnh này; và thiếu các chỉ dẫn cụ thể về cách thức chuyển đổi từ du lịch làng nghề truyền thống sang du lịch sáng tạo tại các địa phương có di sản văn hóa phi vật thể đặc thù.

Trước bối cảnh đó, việc nhận diện giá trị, phân tích tiềm năng và thực trạng hoạt động du lịch sáng tạo tại các làng nghề truyền thống, từ đó xây dựng mô hình nhân tố ảnh hưởng và đề xuất các giải pháp phát triển du lịch sáng tạo phù hợp, là yêu cầu cấp thiết cả về lý luận và thực tiễn. Đây là lý do tác giả quyết định lựa chọn đề tài: "Nghiên cứu phát triển du lịch sáng tạo tại làng nghề truyền thống ở Ninh Thuận" làm Luận án tiến sĩ chuyên ngành Du lịch.

2. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu

2.1. Đối tượng nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu của luận án là các vấn đề lý luận và thực tiễn liên quan đến phát triển du lịch sáng tạo tại làng nghề truyền thống, bao gồm: (i) các yếu tố cấu thành và đặc trưng của du lịch sáng tạo trong bối cảnh làng nghề truyền thống; (ii) các nhân tố ảnh hưởng đến sự phát triển du lịch sáng tạo tại làng nghề; và (iii) thực

trạng và tiềm năng phát triển du lịch sáng tạo tại làng gốm Bàu Trúc và làng dệt Mỹ Nghiệp, Ninh Thuận.

2.2. Phạm vi nghiên cứu

Phạm vi về nội dung: Luận án tập trung nghiên cứu phát triển du lịch sáng tạo (creative tourism) tại làng nghề truyền thống, bao gồm: hệ thống hóa cơ sở lý luận về du lịch sáng tạo tại làng nghề; phân tích thực trạng phát triển du lịch sáng tạo; xây dựng và kiểm định mô hình các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch sáng tạo; và đề xuất giải pháp, khuyến nghị phát triển. Luận án tiếp cận phát triển du lịch sáng tạo từ góc độ phát triển sản phẩm và trải nghiệm du lịch sáng tạo tại làng nghề, trong đó du khách đóng vai trò đồng sáng tạo (co-creator) thông qua sự tham gia trực tiếp vào quá trình sản xuất thủ công và tương tác với nghệ nhân, cộng đồng địa phương.

Phạm vi về không gian: Nghiên cứu được thực hiện tại hai làng nghề truyền thống tiêu biểu nhất của Ninh Thuận: làng gốm Bàu Trúc và làng dệt Mỹ Nghiệp (huyện Ninh Phước). Hai làng nghề này được lựa chọn dựa trên các tiêu chí sau:

Thứ nhất, đây là hai làng nghề có giá trị di sản văn hóa phi vật thể cao nhất trong hệ thống làng nghề tại Ninh Thuận. Bàu Trúc là làng gốm cổ nhất Đông Nam Á với nghệ thuật làm gốm được UNESCO ghi danh vào Danh sách Di sản văn hóa phi vật thể cần bảo vệ khẩn cấp (2022). Mỹ Nghiệp là làng dệt thổ cẩm Chăm nổi tiếng nhất với kỹ thuật dệt truyền thống độc đáo, sử dụng hoa văn biểu tượng mang ý nghĩa văn hóa - tâm linh sâu sắc.

Thứ hai, cả hai làng nghề đều là những điểm đến du lịch có hoạt động đón khách đang diễn ra, cho phép thực hiện khảo sát thực tế với du khách và các bên liên quan.

Thứ ba, hai làng nghề đại diện cho hai ngành nghề thủ công truyền thống đặc trưng nhất (gốm và dệt) của người Chăm, cho phép so sánh đặc điểm phát triển du lịch sáng tạo giữa các loại hình nghề thủ công khác nhau trong cùng một bối cảnh văn hóa.

Mặc dù Ninh Thuận có hàng chục làng nghề tiểu thủ công nghiệp khác (chế biến hải sản, nước mắm, nho, táo...), các làng nghề này chủ yếu thuộc nhóm nghề chế biến nông - thủy sản, không có đặc trưng kỹ nghệ thủ công truyền thống gắn với di

sản văn hóa phi vật thể - yếu tố cốt lõi của du lịch sáng tạo. Do đó, kết quả nghiên cứu mang tính đại diện cho nhóm làng nghề thủ công truyền thống có giá trị di sản văn hóa phi vật thể, không nhằm khái quát hóa cho toàn bộ hệ thống làng nghề của tỉnh.

Phạm vi về thời gian: Thu thập, phân tích tài liệu thứ cấp trong giai đoạn 2017-2024. Khảo sát thực địa, phỏng vấn sâu và điều tra bằng bảng hỏi được tiến hành từ tháng 9/2023 đến tháng 4/2024.

3. Mục đích nghiên cứu và nhiệm vụ nghiên cứu

3.1. Mục đích nghiên cứu

Mục đích nghiên cứu của luận án là làm rõ cơ sở lý luận và thực tiễn về phát triển du lịch sáng tạo tại làng nghề truyền thống; xây dựng và kiểm định mô hình các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch sáng tạo tại các làng nghề truyền thống ở Ninh Thuận; từ đó đề xuất các giải pháp và khuyến nghị nhằm phát triển du lịch sáng tạo tại các làng nghề này theo hướng bền vững, gắn với bảo tồn di sản văn hóa Chăm và nâng cao sinh kế cộng đồng.

3.2. Nhiệm vụ nghiên cứu

Để thực hiện mục đích trên, luận án đặt ra các nhiệm vụ cụ thể sau đây:

Nhiệm vụ 1: Hệ thống hóa và phát triển cơ sở lý luận về du lịch sáng tạo tại làng nghề truyền thống; phân biệt rõ các khái niệm du lịch sáng tạo, sản phẩm du lịch sáng tạo, du lịch trải nghiệm, du lịch làng nghề và sáng tạo sản phẩm thủ công; xác định các đặc trưng và điều kiện phát triển du lịch sáng tạo tại làng nghề.

Nhiệm vụ 2: Khảo sát, phân tích và đánh giá thực trạng phát triển du lịch sáng tạo tại làng gốm Bàu Trúc và làng dệt Mỹ Nghiệp, Ninh Thuận.

Nhiệm vụ 3: Xây dựng, kiểm định mô hình và xác định các nhân tố ảnh hưởng đến sự phát triển du lịch sáng tạo tại các làng nghề truyền thống ở Ninh Thuận; phân tích mức độ tác động của từng nhân tố.

Nhiệm vụ 4: Đề xuất các giải pháp phát triển du lịch sáng tạo tại các làng nghề truyền thống ở Ninh Thuận dựa trên kết quả phân tích thực trạng và mô hình nhân tố.

Nhiệm vụ 5: Đưa ra các khuyến nghị cụ thể đối với chính quyền địa phương, cơ quan quản lý du lịch, cộng đồng cư dân, doanh nghiệp du lịch và các tổ chức đào tạo, nghiên cứu nhằm thúc đẩy phát triển du lịch sáng tạo bền vững tại khu vực.

4. Câu hỏi nghiên cứu

Câu hỏi 1: Du lịch sáng tạo tại làng nghề truyền thống có những đặc trưng gì? Phát triển du lịch sáng tạo tại làng nghề bao gồm những nội hàm nào và cần đáp ứng những điều kiện gì?

Câu hỏi 2: Thực trạng phát triển du lịch sáng tạo tại làng gốm Bàu Trúc và làng dệt Mỹ Nghiệp hiện nay như thế nào? Làm thế nào để chuyển hóa các nguồn lực di sản văn hóa Chăm (nghề gốm, nghề dệt) từ tài nguyên tĩnh thành các trải nghiệm du lịch sáng tạo mang tính cá nhân hóa và có giá trị gia tăng?

Câu hỏi 3: Những nhân tố nào ảnh hưởng đến phát triển du lịch sáng tạo tại các làng nghề truyền thống ở Ninh Thuận? Mức độ tác động của từng nhân tố như thế nào và bằng cơ chế nào chúng thúc đẩy hoặc cản trở sự phát triển du lịch sáng tạo trong bối cảnh làng nghề?

Câu hỏi 4: Cần triển khai những giải pháp và chính sách nào để phát triển du lịch sáng tạo bền vững tại các làng nghề truyền thống ở Ninh Thuận, gắn với bảo tồn di sản văn hóa và nâng cao sinh kế cộng đồng?

5. Ý nghĩa khoa học và thực tiễn

5.1. Ý nghĩa khoa học

Thứ nhất, về mặt lý luận: Luận án kế thừa và phát triển khung lý thuyết về du lịch sáng tạo của Richards (2011), UNESCO (2006) và mô hình đồng sáng tạo giá trị của Binkhorst (2007), Prahalad và Ramaswamy (2004), vận dụng vào bối cảnh đặc thù của làng nghề truyền thống gắn với di sản văn hóa phi vật thể - một bối cảnh chưa được nghiên cứu đầy đủ trong các công trình trước. Luận án góp phần làm rõ và phân biệt các khái niệm du lịch sáng tạo, sản phẩm du lịch sáng tạo, du lịch trải nghiệm, du lịch làng nghề và sáng tạo sản phẩm thủ công trong bối cảnh làng nghề truyền thống Việt Nam.

Thứ hai, về mô hình nghiên cứu: Luận án xây dựng và kiểm định mô hình các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch sáng tạo tại làng nghề truyền thống, bao gồm các nhóm nhân tố: Tài nguyên văn hóa, Kỹ thuật sáng tạo, Cơ sở hạ tầng, Nguồn nhân lực, Hoạt động du lịch sáng tạo, Hỗ trợ cộng đồng, và Marketing - truyền thông. Mô hình này được xây dựng trên nền tảng Lý thuyết Trao đổi xã hội (Social Exchange Theory), Lý thuyết Đồng sáng tạo giá trị (Value Co-creation Theory), và Khung phân tích du lịch sáng tạo tại làng nghề, đồng thời bổ sung yếu tố đặc thù của bối cảnh di sản phi vật thể Chăm.

Thứ ba, về thang đo: Luận án xây dựng, điều chỉnh và kiểm định bộ thang đo đo lường các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch sáng tạo phù hợp với bối cảnh làng nghề truyền thống Việt Nam, góp phần bổ sung công cụ nghiên cứu cho các nghiên cứu tiếp theo trong lĩnh vực du lịch sáng tạo tại các điểm đến có di sản văn hóa phi vật thể.

5.2. Ý nghĩa thực tiễn

Thứ nhất, luận án cung cấp bức tranh toàn diện về thực trạng phát triển du lịch sáng tạo tại làng gốm Bàu Trúc và làng dệt Mỹ Nghiệp, chỉ ra những điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức trong việc phát triển loại hình du lịch này tại các làng nghề truyền thống có di sản văn hóa Chăm.

Thứ hai, kết quả phân tích mô hình nhân tố ảnh hưởng giúp các nhà quản lý, hoạch định chính sách xác định được các ưu tiên đầu tư và can thiệp nhằm thúc đẩy phát triển du lịch sáng tạo tại khu vực. Các nhân tố có mức tác động cao sẽ là cơ sở để phân bổ nguồn lực hiệu quả.

Thứ ba, các giải pháp và khuyến nghị được đề xuất trên cơ sở kết quả phân tích thực nghiệm có thể được vận dụng trực tiếp cho công tác phát triển du lịch sáng tạo tại khu vực Ninh Thuận (nay thuộc tỉnh Khánh Hòa) và tham khảo cho các làng nghề truyền thống có đặc điểm tương tự ở các địa phương khác trên cả nước, đặc biệt là các vùng dân tộc thiểu số có di sản văn hóa phi vật thể phong phú.

6. Cấu trúc của Luận án

Ngoài phần Mở đầu, Kết luận, Danh mục tài liệu tham khảo và Phụ lục, luận án được cấu trúc thành 5 chương:

Chương 1: Tổng quan tình hình nghiên cứu - Tổng quan các công trình nghiên cứu trong và ngoài nước về du lịch sáng tạo, du lịch làng nghề, các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch sáng tạo; xác định khoảng trống nghiên cứu và những vấn đề luận án tập trung giải quyết.

Chương 2: Cơ sở lý luận và cơ sở thực tiễn của nghiên cứu - Hệ thống hóa các khái niệm, lý thuyết nền, kinh nghiệm quốc tế và trong nước; đề xuất mô hình nghiên cứu và các giả thuyết.

Chương 3: Bối cảnh nghiên cứu và phương pháp nghiên cứu - Giới thiệu bối cảnh hai làng nghề; trình bày thiết kế nghiên cứu, phương pháp thu thập và phân tích dữ liệu.

Chương 4: Kết quả nghiên cứu - Trình bày kết quả phân tích thực trạng, kiểm định mô hình, phân tích nhân tố ảnh hưởng.

Chương 5: Thảo luận kết quả và khuyến nghị - Thảo luận các phát hiện chính, đề xuất giải pháp và khuyến nghị.

Chương 1. TỔNG QUAN TÌNH HÌNH NGHIÊN CỨU

1.1. Tổng quan nghiên cứu thông qua phân tích trắc lượng thư mục

Nhằm xác lập bức tranh tổng thể về tình hình nghiên cứu trên thế giới, luận án áp dụng phương pháp phân tích trắc lượng thư mục (bibliometric analysis) kết hợp phân tích nội dung (content analysis) để đánh giá sự phát triển của hai chủ đề nghiên cứu chính: du lịch sáng tạo (creative tourism) và du lịch làng nghề truyền thống (craft village tourism). Kết quả phân tích trắc lượng không chỉ cho phép nhận diện các xu hướng nghiên cứu chủ đạo, các cụm chủ đề nổi bật và mạng lưới tác giả/tổ chức nghiên cứu hàng đầu, mà còn giúp xác định chính xác các khoảng trống học thuật cần được bổ khuyết - từ đó định hướng cho toàn bộ phần tổng quan tiếp theo.

Tài liệu được thu thập từ hai cơ sở dữ liệu khoa học hàng đầu và đáng tin cậy nhất hiện nay là Web of Science (WoS) và Scopus. Web of Science được chọn vì có chỉ số chất lượng JCR và cho phép phân tích trích dẫn chuyên sâu. Scopus được sử dụng bổ sung nhờ phạm vi bao phủ rộng hơn về các tạp chí quốc tế, đặc biệt trong lĩnh vực du lịch và khoa học xã hội. Thời gian truy xuất dữ liệu: ngày 02 tháng 4 năm 2023.

Quy trình thu thập và xử lý dữ liệu được thực hiện theo các bước: (i) xác định từ khóa tìm kiếm liên quan đến "creative tourism", "craft village tourism", "traditional craft tourism"; (ii) truy xuất các bản ghi từ WoS và Scopus ở định dạng BibTeX và RIS; (iii) hợp nhất cơ sở dữ liệu theo phương pháp của Echchakoui (2020), loại bỏ trùng lặp thông qua phần mềm Endnote; (iv) phân tích dữ liệu bằng các phần mềm chuyên dụng VOSviewer và Bibliometrix R-package.

VOSviewer được sử dụng để xây dựng và trực quan hóa các bản đồ mạng lưới, bao gồm: bản đồ đồng trích dẫn (co-citation analysis), bản đồ liên kết từ khóa (co-occurrence maps) và bản đồ tác giả/tổ chức (collaboration networks). Bibliometrix R-package được dùng để phân tích xu hướng theo thời gian, xác định các tác giả và nguồn có ảnh hưởng nhất, cũng như phát hiện các chủ đề nghiên cứu mới nổi.

Theo thống kê của Dimensions AI, có đến 217.652 nghiên cứu về du lịch sáng tạo tính đến thời điểm hiện tại; tuy nhiên, các nghiên cứu trắc lượng thư mục chuyên sâu về du lịch sáng tạo trong 3 năm gần nhất vẫn còn hạn chế.

Bảng 1. 1. Thống kê các nghiên cứu về Du lịch sáng tạo trên trang Dimensions AI

Name Fields of Research (ANZSRC 2020) code	Publications	Citations	Citations mean
Human Society 44	48,101	683,532	14.21
Commerce, Management, Tourism and services 35	23,678	301,801	12.75
Language, Communication and Culture 47	19,122	264,204	13.82
History, Heritage and Archaeology 43	17,140	121,606	7.09
Human Geography 4406	12,370	228.042	18.44
Tourism	11,757	141,026	12.00

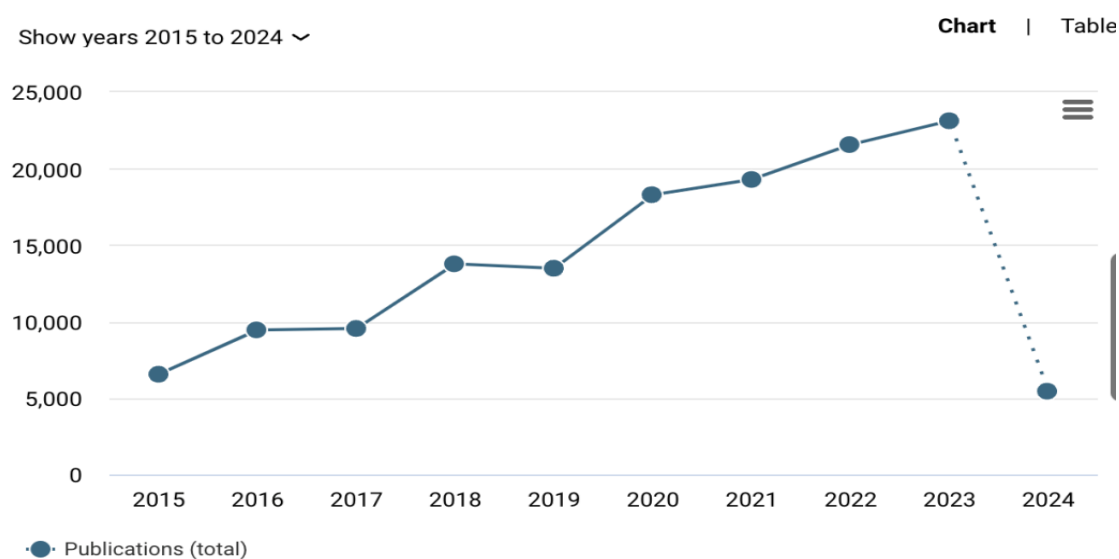
(Tác giả thống kê và truy cập 2024)

Bảng 1. 2. Thống kê các nghiên cứu về Du lịch sáng tạo trên trang Dimensions AI

Name	Publication	Citations	Citations mean
Andreja Pucihar University of Maribor, Slovenia	162	686	4.23
Roger W H Bons	154	672	4.36
Iztok Podbregar	138	21	0.15
Roger J R Levesque	134	31	0.23
Mirjana Kljajic Borstnar	114	546	0.23
Polona Šprajc	107	16	0.15
Pascal Ravesteijn	105	590	5.62
Olja Arsenijević	101	16	0.16

Greg W Richards	99	16	0.16
Chris Gibson	98	16	0.16
Andrea Pieroni	43	1119	26.02
Christian Myles Rogerson	41	1235	30.12
Tan Yigitcanlar	34	1239	36.44
Greg W Richards	29	1369	47.21
Chris Gibson	25	1375	55.00
Ilan Kelman	23	1180	5130
Tobias Plieninger	18	1827	10150
Tobias Plieninger	18	1827	10150
Tim Edensor	18	1093	60.72

(Tác giả tổng hợp và truy cập năm 2024)



Hình 1. 1. Biểu đồ nghiên cứu về du lịch sáng tạo từ năm 2015 đến năm 2023

(Tác giả tổng hợp năm 2024)

Vì vậy, nghiên cứu này đánh giá sự phát triển của chủ đề du lịch sáng tạo và du lịch làng nghề truyền thống thông qua việc sử dụng phương pháp trắc lượng thư mục (Bibliometric analysis) và phân tích nội dung (Content analysis).

Quy trình thực hiện:

Quá trình thực hiện phương pháp phân tích tài liệu được tiến hành một cách hệ thống, tuân thủ chặt chẽ các nguyên tắc của nghiên cứu hệ thống và các khuyến nghị từ các công trình uy tín trong lĩnh vực (ví dụ: PRISMA - David Moher et al., 2009; Echchakoui, 2020; Johnston, 2014):

- Lựa chọn cơ sở dữ liệu: Tài liệu được thu thập từ hai cơ sở dữ liệu khoa học hàng đầu và đáng tin cậy nhất hiện nay là Web of Science (WoS/WoK) và Scopus. Web of Science được chọn để trích xuất tài liệu vì nó có chỉ số chất lượng như JCR và cho phép người dùng tải xuống các tài liệu (Durán-Sánchez và cộng sự, 2018). Trong khi đó, Scopus cho phép truy xuất các bài báo từ các tạp chí khoa học có chỉ số như SCR và có số lượng đáng kể các tài liệu tham khảo. Phần mềm biblioshiny được sử dụng để phân tích dữ liệu. Việc tìm kiếm các nghiên cứu trên hai trang nguồn thông tin uy tín và không lỗi là Scopus và WoS có chứa từ khóa là “du lịch làng nghề” trong tiêu đề. Tuy nhiên dữ liệu Scopus chủ yếu đã được sử dụng trong phạm vi nghiên cứu này.

- Xác định từ khóa và tiêu chí tìm kiếm:

- + Từ khóa tìm kiếm: Các từ khóa chính bằng tiếng Anh được sử dụng bao gồm: “creative tourism”, “craft village tourism”, “heritage tourism”, “artisan village tourism”, “experiential tourism”, “traditional village tourism”. Các từ khóa này được kết hợp với các toán tử Boolean (AND, OR) để tối ưu hóa kết quả tìm kiếm và đảm bảo thu thập được các tài liệu liên quan mật thiết nhất đến chủ đề du lịch sáng tạo trong bối cảnh làng nghề truyền thống. Việc tìm kiếm được thực hiện hoàn toàn bằng tiếng Anh để tận dụng số lượng tài liệu học thuật lớn nhất và đảm bảo phạm vi quốc tế của nghiên cứu.

- + Thời gian xuất bản: Các bài báo được chọn lọc và tập trung tìm kiếm trong giai đoạn từ năm 1998 đến năm 2023. Đây là khung thời gian đủ rộng để quan sát sự phát triển của khái niệm du lịch sáng tạo và các ứng dụng của nó trong bối cảnh làng nghề.

- + Loại tài liệu: Chỉ tập trung vào các “Bài viết” (Articles) được xuất bản trên các tạp chí khoa học quốc tế có phản biện. Các loại tài liệu khác như bài luận, sách,

chương sách, tin tức, và các ấn phẩm hội nghị không được đưa vào phân tích để đảm bảo tính học thuật và chất lượng của bộ dữ liệu.

- Thu thập tài liệu:

+ Các bản ghi liên quan được truy xuất từ cả WoS và Scopus ở định dạng văn bản thuần túy (ví dụ: BibTeX, RIS). Thời gian truy xuất của các bài báo này là ngày 2 tháng 4 năm 2023.

+ Các bản ghi được truy xuất chứa thông tin chi tiết, phong phú về tiêu đề, tác giả, tổ chức tác giả, tạp chí nguồn, tóm tắt, từ khóa, và tài liệu tham khảo được trích dẫn. Thông tin này rất quan trọng cho các phân tích sâu hơn về mạng lưới và xu hướng.

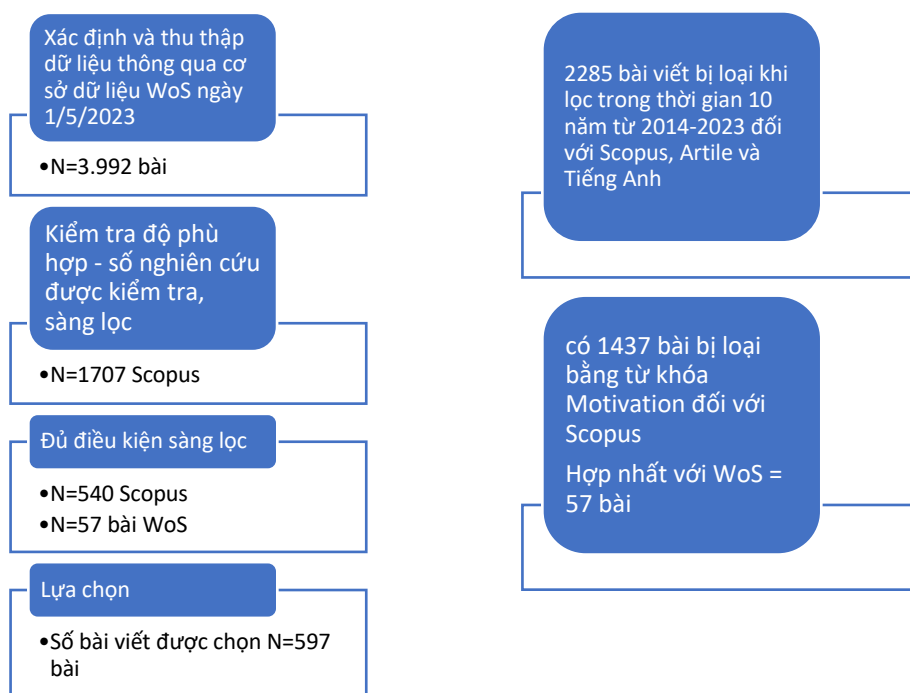
- Hợp nhất và xử lý tài liệu: Nghiên cứu này đã áp dụng các bước do Echchakoui (2020) đề xuất để hợp nhất cơ sở dữ liệu từ WoS và Scopus như sau:

+ Chuyển đổi cả tài liệu WoS và Scopus thành tệp thư mục bằng Endnote.

+ Chuyển đổi tệp thư mục tài liệu thành tệp bibtex bằng gói Bibliometrix (Aria, 2017)) và tệp Ris.

+ Nhập cả hai cơ sở tài liệu bằng Microsoft Excel.

+ Hợp nhất hai cơ sở tài liệu và loại bỏ các bản trùng lặp bằng Microsoft Excel.



Hình 1. 2. Các giai đoạn thực hiện

- Phân tích tài liệu: Tài liệu sau khi thu thập và tiền xử lý được phân tích bằng các phần mềm chuyên dụng hỗ trợ phân tích trắc lượng thư mục:

+ VOSviewer: Phần mềm này được sử dụng để xây dựng và trực quan hóa các bản đồ mạng lưới (network maps). Cụ thể, VOSviewer được dùng để tạo bản đồ đồng trích dẫn (co-citation analysis), bản đồ liên kết từ khóa (co-occurrence maps), và bản đồ tác giả/tổ chức có ảnh hưởng. Các bản đồ này giúp nhận diện các mối quan hệ cấu trúc, các nhóm nghiên cứu chính, và các trường phái tư tưởng trong lĩnh vực.

+ Biblioshiny: Đây là một công cụ tích hợp trong môi trường RStudio, hỗ trợ phân tích thống kê mô tả về dữ liệu thư mục và tạo ra các biểu đồ trực quan. Các biểu đồ này thể hiện xu hướng xuất bản theo thời gian, các chủ đề chính được thảo luận, các tạp chí hàng đầu, và các tác giả/quốc gia đóng góp nhiều nhất.

Tìm kiếm được thực hiện bằng tiếng Anh để có được số lượng tài liệu lớn nhất. Đối với thống kê Scopus từ năm 2014 đến năm 2023 thì năm có nhiều bài viết về du lịch làng nghề nhất là năm 2014 với 540 bài viết sau khi dùng phương pháp đưa ra các từ khóa đúng với đề tài đang nghiên cứu. Sau khi hợp nhất 2 nguồn dữ liệu cho ra kết quả là 597 bài viết. Tiến hành chạy dữ liệu hợp nhất bằng hai phần mềm VOSviewer và Biblioshiny. Bằng quá trình hợp nhất bằng dữ liệu R cho ra 57 bài viết được lựa chọn cho nghiên cứu của mình.

1.1.1. Xu hướng công bố nghiên cứu theo thời gian

Theo thống kê từ Scopus giai đoạn 2000-2023, số lượng công trình nghiên cứu về du lịch sáng tạo có xu hướng tăng trưởng mạnh, đặc biệt từ năm 2015 trở đi. Đỉnh cao về số lượng công bố rơi vào giai đoạn 2019-2022, phản ánh sự quan tâm ngày càng lớn của cộng đồng học thuật đối với chủ đề này trong bối cảnh hậu COVID-19 và xu hướng chuyển đổi mô hình du lịch toàn cầu. Đối với chủ đề du lịch làng nghề, năm có nhiều bài viết nhất là năm 2014 với 540 công trình (sau khi lọc từ khóa phù hợp), tuy nhiên xu hướng nghiên cứu cụ thể về du lịch sáng tạo tại làng nghề truyền thống vẫn còn khá khiêm tốn.

1.1.2. Mạng lưới từ khóa và cụm chủ đề nghiên cứu

Phân tích đồng xuất hiện từ khóa (keyword co-occurrence) bằng VOSviewer cho thấy các cụm chủ đề nghiên cứu chính bao gồm: (1) Cụm "creative tourism - cultural heritage - community participation" - phản ánh mối quan hệ cốt lõi giữa du lịch sáng tạo, di sản văn hóa và sự tham gia cộng đồng; (2) Cụm "experience - co-creation - authenticity" - tập trung vào trải nghiệm đồng sáng tạo và tính xác thực; (3) Cụm "sustainable development - rural tourism - craft" - liên kết du lịch sáng tạo với phát triển bền vững tại vùng nông thôn và làng nghề; (4) Cụm "technology - digital - innovation" - phản ánh xu hướng tích hợp công nghệ số trong du lịch sáng tạo.

Đáng chú ý, từ khóa "craft village" và "traditional craft" xuất hiện với tần suất thấp và liên kết yếu trong mạng lưới, cho thấy đây vẫn là chủ đề chưa được khai thác đầy đủ trong nghiên cứu quốc tế. Điều này khẳng định khoảng trống nghiên cứu mà luận án hướng đến bổ khuyết.

1.1.3. Tác giả và nguồn có ảnh hưởng

Phân tích trích dẫn cho thấy Greg Richards là tác giả có ảnh hưởng lớn nhất trong lĩnh vực du lịch sáng tạo, với các công trình nền tảng từ năm 2000 đến 2020 được trích dẫn rộng rãi. Các tác giả có ảnh hưởng cao tiếp theo bao gồm Raymond (2000, đồng tác giả với Richards), Tan et al. (2013, 2014), Duxbury (2020), và UNESCO (2006). Các tạp chí công bố nhiều nhất gồm: Tourism Management, Annals of Tourism Research, Journal of Sustainable Tourism, và Current Issues in Tourism.

Về mặt địa lý, các nghiên cứu tập trung chủ yếu tại châu Âu (đặc biệt là Tây Ban Nha, Bồ Đào Nha, Anh) và Đông Nam Á (Thái Lan, Indonesia, Malaysia). Các nghiên cứu từ Việt Nam còn rất ít trong cơ sở dữ liệu quốc tế, phần lớn được công bố bằng tiếng Việt trong các tạp chí nội địa.

1.1.4. Nhận định tổng quan từ phân tích trắc lượng

Kết quả phân tích trắc lượng thư mục cho phép rút ra ba nhận định quan trọng làm nền tảng cho phần tổng quan nghiên cứu tiếp theo. Thứ nhất, du lịch sáng tạo là chủ đề nghiên cứu đang phát triển mạnh mẽ trên phạm vi toàn cầu, với sự dịch chuyển

từ nghiên cứu lý thuyết sang nghiên cứu thực nghiệm và ứng dụng. Thứ hai, nghiên cứu về du lịch sáng tạo tại làng nghề truyền thống vẫn là một khoảng trống đáng kể - từ khóa liên quan xuất hiện với tần suất thấp và ít được liên kết trong mạng lưới nghiên cứu quốc tế. Thứ ba, các nghiên cứu từ Việt Nam về du lịch sáng tạo chủ yếu mang tính mô tả và định tính, thiếu các mô hình định lượng kiểm định nhân tố ảnh hưởng. Ba nhận định này định hướng cho việc tổng quan sâu hơn các công trình nghiên cứu cụ thể trong các mục tiếp theo.

1.2. Nghiên cứu về phát triển loại hình du lịch sáng tạo

Trong bối cảnh ngành du lịch toàn cầu không ngừng đổi mới, du lịch sáng tạo đang ngày càng thu hút sự chú ý và được đánh giá là một loại hình đầy tiềm năng phát triển. Sự hấp dẫn và tiềm năng khai thác của loại hình này đã thúc đẩy nhiều công trình nghiên cứu chuyên sâu được thực hiện nhằm làm rõ các khía cạnh lý luận và thực tiễn liên quan.

Khái niệm du lịch sáng tạo xuất hiện từ cuối thế kỷ 20 như một phản ứng trước nhu cầu ngày càng cao về những trải nghiệm du lịch mang tính cá nhân hóa, đậm chất văn hóa và nghệ thuật. Năm 2000, Richards và Raymond đã lần đầu tiên giới thiệu khái niệm này, định nghĩa nó như một hình thức du lịch trong đó du khách tích cực tham gia vào các hoạt động nghệ thuật, thủ công truyền thống nhằm khám phá sâu sắc và tương tác trực tiếp với văn hóa địa phương. Giai đoạn đầu, các chương trình du lịch sáng tạo tập trung vào hoạt động như làm gốm, vẽ tranh, khiêu vũ, kể chuyện và nấu ăn - đặc biệt phổ biến tại các làng nghề và vùng nông thôn. Richards (2005) sau đó mở rộng khái niệm bằng cách đề xuất sử dụng các sản phẩm văn hóa như hàng thủ công để kích thích du lịch tại những khu vực kém phát triển.

Đến năm 2006, UNESCO đã chính thức định nghĩa du lịch sáng tạo như một hình thức du lịch nhằm thúc đẩy sự gắn kết và trải nghiệm đích thực thông qua học tập và tiếp xúc trực tiếp với nghệ thuật, di sản và đặc trưng văn hóa địa phương. Mô hình này nhấn mạnh sự tương tác giữa du khách và cộng đồng, thúc đẩy du khách không chỉ quan sát mà còn tham gia vào quá trình tạo ra giá trị văn hóa.

Từ năm 2010, du lịch sáng tạo bắt đầu được công nhận và khuyến khích bởi nhiều tổ chức quốc tế. Các nghiên cứu trong giai đoạn này đặc biệt chú trọng vai trò trung tâm của cộng đồng địa phương trong việc thiết kế và thực hiện trải nghiệm du lịch, không chỉ như người cung cấp dịch vụ mà còn là đồng tác giả văn hóa, đảm bảo tính bền vững và tính xác thực cho điểm đến. Sau năm 2010, nhiều thành phố lớn với nền văn hóa đa dạng như Barcelona, Berlin và Kyoto đã triển khai mô hình du lịch sáng tạo thành công thông qua các lễ hội, dự án nghệ thuật cộng đồng, lớp học sáng tạo và triển lãm.

Sudirah (2019) đã đề xuất các tiêu chí đánh giá mức độ sẵn sàng phát triển du lịch sáng tạo bao gồm: trải nghiệm đích thực, sự tham gia của du khách, khả năng tiếp xúc với cộng đồng, tính độc đáo của sản phẩm và điều kiện cơ sở vật chất phù hợp. Einali (2019) cho thấy du lịch sáng tạo có thể đóng góp tích cực cho phát triển bền vững ở nông thôn, còn Nancy Duxbury (2020) phân tích vai trò của du lịch sáng tạo trong việc củng cố bản sắc địa phương, kết nối nội - ngoại vùng và tạo nên tảng hợp tác. Tại Đông Nam Á, các nghiên cứu của Pudwong (2019) và Pertywy (2022) tập trung vào du lịch sáng tạo dựa vào cộng đồng (CBT), còn Mistriani (2018) và Wisudawati (2023) phân tích mô hình phát triển tại các làng du lịch Indonesia.

Các nghiên cứu như của Xie (2018), Remoaldo (2020) và Chang et al. (2014) tập trung vào tâm lý du khách: từ động lực, trải nghiệm, đến giá trị cảm nhận và ý định quay lại. Promnil Niramol (2022) đề xuất một chuyển đổi mô hình từ du lịch văn hóa truyền thống sang du lịch sáng tạo dựa trên nền tảng văn hóa bản địa và sự tham gia chủ động của người dân.

Tại Việt Nam, khái niệm du lịch sáng tạo bắt đầu được quan tâm từ đầu năm 2010. Nguyễn Thu Thủy và cộng sự (2012) là những người đầu tiên phác thảo chương trình du lịch sáng tạo gắn với các làng nghề truyền thống ở Hà Nội. Trần Đình Tuấn (2014) đã phân tích sâu về điều kiện phát triển du lịch sáng tạo thông qua việc nhận diện các yếu tố nền tảng. Trịnh Lê Anh và cộng sự (2016), Nguyễn Mai Anh (2017), Duyên Cẩn (2017), Phạm Thị Lan Hương (2018), Hà Thị Thùy Dương (2021) tiếp tục mở rộng nghiên cứu ở nhiều bối cảnh khác nhau.

Bảng 1. 3. Tóm tắt giai đoạn phát triển nghiên cứu về phát triển loại hình du lịch sáng tạo trên thế giới và Việt Nam

Giai đoạn	Nội dung chính
Cuối thế kỷ 20 đến năm 2000	Khái niệm du lịch sáng tạo xuất hiện như một phản ứng trước nhu cầu cá nhân hóa trải nghiệm du lịch. Richards & Raymond (2000) định nghĩa là hình thức du lịch có sự tham gia tích cực của du khách vào các hoạt động văn hóa – nghệ thuật bản địa.
2000–2006	Các nghiên cứu mở rộng hình thức trải nghiệm (Richards 2005), tập trung vào nghề thủ công, văn hóa địa phương. UNESCO (2006) chính thức công nhận du lịch sáng tạo như hình thức thúc đẩy học tập, tiếp xúc và tương tác văn hóa.
2010 trở đi	Du lịch sáng tạo được khuyến khích bởi các tổ chức quốc tế. Nhấn mạnh vai trò cộng đồng như “đồng sáng tạo”. Nhiều thành phố lớn áp dụng mô hình qua lễ hội, nghệ thuật cộng đồng (Barcelona, Kyoto...). Công nghệ mạng xã hội hỗ trợ quảng bá toàn cầu.
2014–2022 (giai đoạn đa hướng và ứng dụng)	Mở rộng nghiên cứu về: động lực du khách, giá trị cảm nhận, tính bền vững, phát triển cộng đồng, đánh giá mức độ sẵn sàng phát triển du lịch sáng tạo (Sudirah, 2019), gắn với CBT, mô hình làng du lịch (Indonesia). Khuyến nghị chuyển đổi từ du lịch văn hóa sang du lịch sáng tạo dựa vào bản địa (Promnil, 2022).
Tại Việt Nam (2012–nay)	Khởi đầu với nghiên cứu của Nguyễn Thu Thủy và cộng sự (2012) về làng nghề Hà Nội. Phát triển thêm bởi Trần Đình Tuấn (2014), Trịnh Lê Anh (2016), Nguyễn Mai Anh (2017), Duyên Cẩn (2017), Phạm Thị Lan Hương (2018), Hà Thị Thùy Dương (2021)... với các chủ đề từ điều kiện phát triển, vai trò nghệ nhân, nhu cầu khách đến hiệu quả thiết kế trải nghiệm.

(Nguồn: Tác giả tổng hợp)

Đào Minh Ngọc (2024) đã hệ thống hóa tiến trình phát triển du lịch sáng tạo tại Việt Nam thông qua bốn giai đoạn: giai đoạn kết nối văn hóa bản địa (2000), giai

đoạn liên kết kinh tế sáng tạo (2010), giai đoạn đồng sáng tạo trải nghiệm (2015), và giai đoạn tích hợp công nghệ AI (từ 2018).

Bảng 1. 4. Các giai đoạn phát triển của du lịch sáng tạo

Giai đoạn	Nội hàm của du lịch sáng tạo	Hình thức phát triển du lịch sáng tạo
2000	Sự gắn bó, kết nối giữa khách du lịch và chủ nhân của nền văn hóa. Cốt lõi là cung cấp cho khách cơ hội phát triển năng lực chủ động tìm hiểu về môi trường, xung quanh và hòa mình vào văn hóa địa phương.	Tập trung vào cách cung cấp, diễn giải tri thức, trải nghiệm văn hóa và tạo cơ hội cho khách học hỏi và hòa mình sâu sắc với các giá trị văn hóa bản địa ở các điểm đến. Tập trung vào những trải nghiệm văn hóa liên quan đến tiêu dùng vĩ mô, hướng đến phát triển bền vững và vai trò tạo dựng trải nghiệm đích thực cho khách du lịch của cộng đồng bản địa.
2010	Tiếp tục tạo ra trải nghiệm sâu sắc về văn hóa bản địa song song với đó là hình thành những sản phẩm, trải nghiệm mới cho khách bằng việc sử dụng thành tựu của những ngành công nghiệp sáng tạo như giải trí, điện ảnh, trình diễn... Các hình thức trải nghiệm hiện đại hơn.	Liên kết với kinh tế sáng tạo, công nghiệp sáng tạo để tạo ra những sản phẩm du lịch sáng tạo. Thời kỳ này chứng kiến sự ra đời mạnh mẽ của các loại hình, chương trình mới dựa trên sự kết nối giữa công nghiệp sáng tạo và du lịch để tạo ra những nội dung mới, trải nghiệm mới. Các ngành du lịch và công nghiệp sáng

Giai đoạn	Nội hàm của du lịch sáng tạo	Hình thức phát triển du lịch sáng tạo
		tạo có mối quan hệ mật thiết, qua lại lẫn nhau
2015	Quan tâm tới mạng lưới “đồng sáng tạo trải nghiệm” trong đó kết hợp du lịch với các ngành công nghiệp sáng tạo và sự tham gia của các bên liên quan trong quá trình trải nghiệm văn hóa ở điểm đến.	Tiêu dùng hòa quyện với sản xuất; công nghệ, di sản và các câu chuyện văn hóa là chất liệu, trải nghiệm sẽ do các bên (người dân, khách du lịch, nhà cung cấp) cùng tham gia; lợi ích của các bên liên quan có thể được mở rộng và cải thiện hơn bởi những giá trị và tiềm năng mới.
2018 đến nay	Đồng sáng tạo trải nghiệm kết hợp du lịch với các ngành công nghiệp sáng tạo, sự tham gia của các bên liên quan và việc ứng dụng trí tuệ nhân tạo (AI) trong tăng cường kết nối, tương tác và trải nghiệm du lịch.	Trải nghiệm, tiêu dùng hòa quyện với sản xuất; công nghệ, văn hóa và di sản là chất liệu; trải nghiệm cho các bên tham gia; công nghệ với AI được sử dụng tạo nên sự kết nối, tương tác giữa khách du lịch với điểm đến và tạo ra những trải nghiệm, tiêu dùng đa chiều.

(Nguồn: Đào Minh Ngọc, 2024)

1.3. Nghiên cứu về phát triển sản phẩm du lịch sáng tạo

Ngay từ năm 2006, Richards và cộng sự đã đặt nền móng nghiên cứu mối liên hệ giữa không gian, cảnh quan và phát triển sản phẩm du lịch sáng tạo từ cả góc độ cung và cầu. Họ nhấn mạnh sự cần thiết tạo ra những sản phẩm mới mang tính sáng

tạo, nhằm giải quyết vấn đề sao chép hàng loạt trong mô hình truyền thống. Tan và cộng sự (2013) đã đề xuất mô hình trải nghiệm du lịch sáng tạo gắn với sử dụng bền vững tài nguyên tự nhiên và văn hóa, nhấn mạnh vai trò của người dân địa phương trong chia sẻ giá trị văn hóa đặc trưng.

Buhalis và Law (2008), Guttentag (2010) mở rộng theo hướng ứng dụng công nghệ, đặc biệt là thực tế ảo, để nâng cao trải nghiệm du lịch. Jelincic và Zuvela (2012) nhấn mạnh rằng du lịch sáng tạo cần mang lại trải nghiệm có giá trị, đồng thời chuyển tải các yếu tố độc đáo nhằm nâng cao thương hiệu địa phương. Susana Rachão (2013) phát hiện rằng khách du lịch hiện đại hướng đến trải nghiệm cá nhân hóa, nâng cao bản thân và ghi nhớ lâu dài.

Suhartanto (2020) nghiên cứu lòng trung thành của du khách trong bối cảnh du lịch sáng tạo thông qua khảo sát định lượng trên 369 bảng hỏi, phân tích mối liên hệ giữa chất lượng trải nghiệm, giá trị cảm nhận, sự hài lòng, động lực du lịch và lòng trung thành. Mariana Carvalho (2023) thực hiện tổng quan hệ thống trên 118 công trình, đề xuất định nghĩa mới về trải nghiệm đồng sáng tạo với ba yếu tố: tương tác, tham gia và cá nhân hóa. Đào Minh Ngọc và cộng sự (2024) đã đưa ra các đề xuất thực tiễn cho Việt Nam bao gồm tích hợp với công nghiệp văn hóa, phát triển dựa vào cộng đồng, khai thác tiềm năng nông thôn và ứng dụng AI.

Bảng 1. 5. Tóm tắt các nghiên cứu tiêu biểu về sản phẩm du lịch sáng tạo

Năm	Tác giả/Nhóm tác giả	Nội dung chính
2006	Richards và cộng sự	Đặt nền móng lý thuyết về mối liên hệ giữa không gian, cảnh quan và sản phẩm du lịch sáng tạo từ góc độ cung – cầu.
2008	Buhalis & Law	Nhấn mạnh vai trò của công nghệ (VR/AR) trong nâng cao trải nghiệm du lịch sáng tạo.
2010	Guttentag	Tiếp tục phát triển lý luận về ứng dụng công nghệ trong ngành du lịch, đặc biệt là trải nghiệm thực tế ảo.

2012	Jelincic & Zuvela	Nhấn mạnh vai trò của du lịch sáng tạo trong việc truyền tải giá trị địa phương và thương hiệu vùng.
2012	Zeng Qi Jie	Khảo sát hành vi tiêu dùng văn hóa tại các sự kiện lớn (Expo), đề xuất tiềm năng phát triển sản phẩm du lịch văn hóa – sáng tạo.
2013	Tan et al.	Đề xuất mô hình trải nghiệm sáng tạo gắn với tài nguyên bản địa và sự tham gia cộng đồng.
2013	Siow Kian Tan et al.	Nghiên cứu hai chiều kích của trải nghiệm sáng tạo: tương tác bên ngoài và phản ánh bên trong.
2013	Susana Rachão	Phân tích xu hướng cá nhân hóa trong trải nghiệm du lịch hiện đại thông qua phỏng vấn trực tiếp.
2014	Schuckert Markus	Phân tích chính sách phát triển du lịch sáng tạo ở Thái Lan từ văn kiện chiến lược cấp quốc gia.
2015	Lee Jongwon & Lee Heeseok	Đánh giá chính sách hỗ trợ doanh nghiệp sáng tạo tại Hàn Quốc thông qua phỏng vấn chuyên gia.
2018	Butler & Rogerson	Nghiên cứu vai trò chính sách tại Nam Phi trong việc kết nối du lịch với công nghiệp sáng tạo.
2020	Duxbury & Silva	Tổng hợp mô hình phát triển sản phẩm du lịch sáng tạo với ba trụ cột: nguồn lực địa phương, cộng đồng, và định hướng thị trường.
2020	Suhartanto	Khảo sát định lượng về mối quan hệ giữa chất lượng trải nghiệm, động lực và lòng trung thành du khách trong du lịch sáng tạo.
2021	Pierce Qiang Li	Phân tích dữ liệu mạng xã hội để khám phá trải nghiệm sáng tạo từ góc nhìn du khách, nhấn mạnh tính tham gia và giao lưu văn hóa.
2023	Mariana Carvalho	Tổng quan hệ thống 118 nghiên cứu, đề xuất định nghĩa mới về trải nghiệm đồng sáng tạo: tương tác – tham gia – cá nhân hóa.

2024	Đào Minh Ngọc và cộng sự	Đề xuất mô hình ứng dụng tại Việt Nam: tích hợp công nghiệp sáng tạo, công nghệ (AI), cộng đồng và chính sách bền vững.
-------------	-----------------------------	---

(Nguồn: Tác giả tổng hợp)

Tóm lại theo từng giai đoạn, các nghiên cứu trong giai đoạn 2006–2012 đã hình thành lý luận và mở rộng phạm vi nghiên cứu. Trong giai đoạn từ năm 2013–2015 trên thế giới đã tập trung vào mô hình thực nghiệm, phân tích trải nghiệm và chính sách quốc gia. Trong giai đoạn từ năm 2018 đến 2020 đã đẩy mạnh ứng dụng thực tế và khảo sát định lượng. Tại Việt Nam trong giai đoạn từ năm 2021–2024 đã đổi mới bằng phân tích dữ liệu số, AI, tổng quan hệ thống và định hướng thực tiễn du lịch sáng tạo tại Việt Nam.

1.4. Nghiên cứu về phát triển du lịch sáng tạo tại làng nghề truyền thống

1.4.1. Nghiên cứu quốc tế về du lịch sáng tạo tại làng nghề

Trên bình diện quốc tế, nghiên cứu về du lịch sáng tạo tại làng nghề truyền thống đã phát triển theo nhiều hướng tiếp cận khác nhau. Richards (2011) đã hệ thống hóa mô hình ba yếu tố nền tảng (không gian sáng tạo - hoạt động sáng tạo - con người sáng tạo) và nhấn mạnh rằng du lịch sáng tạo hiệu quả nhất khi được triển khai tại những không gian có bề dày truyền thống thủ công và sự hiện diện mạnh mẽ của nghệ nhân. Tan và cộng sự (2013) đề xuất mô hình trải nghiệm du lịch sáng tạo dựa trên tài nguyên bản địa tại các cộng đồng nông thôn, trong đó vai trò của người dân địa phương trong chia sẻ giá trị văn hóa được đặt làm trung tâm.

Tại Nhật Bản, các làng gốm như Arita (tỉnh Saga), Bizen (tỉnh Okayama), Tokoname (tỉnh Aichi) đã được phát triển thành điểm đến du lịch sáng tạo trong khuôn khổ Mạng lưới Thành phố Sáng tạo UNESCO (UNESCO Creative Cities Network). Du khách được tham gia trực tiếp vào quá trình làm gốm cùng nghệ nhân, từ nhào đất, tạo hình đến trang trí, tạo ra sản phẩm mang dấu ấn cá nhân. Tại Hàn Quốc, chương trình "Creative Korea" kết nối các làng nghề truyền thống với ngành công nghiệp sáng tạo, phát triển các trải nghiệm du lịch tương tác tại các làng gốm

Icheon, làng giấy hanji Jeonju. Ở Thái Lan, mô hình OTOP Village (One Tambon One Product Village) kết hợp du lịch cộng đồng với sản phẩm thủ công địa phương, tạo nên các trải nghiệm sáng tạo gắn với bản sắc văn hóa vùng miền.

Tuy nhiên, phần lớn các nghiên cứu quốc tế tập trung vào các trung tâm sáng tạo đô thị hoặc các làng nghề đã có thương hiệu mạnh. Nghiên cứu về du lịch sáng tạo tại các làng nghề gắn với di sản văn hóa phi vật thể của cộng đồng dân tộc thiểu số - bối cảnh mà luận án hướng tới - vẫn còn rất hạn chế.

1.4.2. Nghiên cứu trong nước về du lịch làng nghề và du lịch sáng tạo tại làng nghề

Tại Việt Nam, du lịch làng nghề là chủ đề nghiên cứu đã nhận được sự quan tâm đáng kể từ nhiều nhà nghiên cứu trong nước. Phạm Trung Lương (2010) trong công trình về du lịch cộng đồng Việt Nam đã phân tích vai trò của các làng nghề như nguồn tài nguyên du lịch văn hóa đặc sắc, đồng thời chỉ ra các hạn chế về cơ sở hạ tầng, chất lượng dịch vụ và năng lực tổ chức du lịch tại các làng nghề. Nguyễn Phạm Hùng (2017) trong nghiên cứu về du lịch làng nghề ở đồng bằng sông Hồng đã hệ thống hóa các tiêu chí đánh giá tiềm năng du lịch làng nghề, nhấn mạnh mối quan hệ giữa giá trị di sản văn hóa, kỹ năng nghề truyền thống và khả năng thu hút du khách.

Các luận án và nghiên cứu chuyên sâu về từng làng nghề cụ thể cũng đóng góp đáng kể vào tri thức trong lĩnh vực này. Nghiên cứu về làng gốm Bát Tràng (Hà Nội) cho thấy đây là mô hình du lịch làng nghề phát triển nhất Việt Nam với hơn 200 cơ sở sản xuất phục vụ du khách, tuy nhiên hoạt động du lịch vẫn chủ yếu mang tính tham quan - mua sắm, thiếu chiều sâu sáng tạo. Nghiên cứu về làng lụa Vạn Phúc (Hà Đông) chỉ ra tiềm năng lớn về du lịch trải nghiệm dệt lụa nhưng hạn chế bởi quy mô sản xuất thu hẹp và thiếu kết nối tour tuyến. Các nghiên cứu tại làng tranh Đông Hồ (Bắc Ninh), làng nón Phú Cam (Huế), làng mộc Kim Bồng (Hội An) cũng góp phần làm rõ thực trạng du lịch làng nghề ở nhiều vùng miền khác nhau.

Huỳnh Diệp Trâm Anh (2018) trong nghiên cứu về phát triển du lịch tại các làng nghề truyền thống đã chỉ ra rằng phần lớn sản phẩm du lịch làng nghề Việt Nam

vấn đơn điệu, thiếu tính sáng tạo, tổ chức chưa chuyên nghiệp và thiếu chiến lược marketing hiệu quả. Du khách chủ yếu thực hiện mô hình "tham quan - chụp ảnh - mua hàng" mà chưa được tham gia vào quá trình đồng sáng tạo sản phẩm cùng nghệ nhân.

Về du lịch sáng tạo tại làng nghề cụ thể, Nguyễn Thu Thủy và cộng sự (2012) là những người tiên phong phác thảo chương trình du lịch sáng tạo gắn với các làng nghề truyền thống ở Hà Nội như Đông Hồ, Bát Tràng, Vạn Phúc. Trần Đình Tuấn (2014) đã phân tích điều kiện phát triển du lịch sáng tạo tại các địa phương tiêu biểu. Từ năm 2014, các nghiên cứu tại Việt Nam bắt đầu tập trung mạnh hơn vào thực tiễn, thông qua khảo sát tại các làng nghề cụ thể. Vai trò của nghệ nhân, cộng đồng địa phương và các yếu tố thủ công truyền thống được nhấn mạnh như phần cốt lõi của sản phẩm du lịch sáng tạo. Giai đoạn từ năm 2020 cho thấy xu hướng mở rộng sang công nghệ, kết nối du lịch nông thôn - sinh thái, và mở rộng sang các làng nghề miền Trung và Nam Bộ.

1.4.3. Nghiên cứu về rủi ro văn hóa và tác động tiêu cực trong du lịch làng nghề

Bên cạnh các nghiên cứu mang tính tích cực về phát triển du lịch sáng tạo, một nhánh nghiên cứu quan trọng tập trung vào các rủi ro văn hóa và tác động tiêu cực tiềm tàng khi phát triển du lịch tại các cộng đồng truyền thống. Đây là khía cạnh cần được xem xét cân nhắc trong bối cảnh phát triển du lịch sáng tạo tại làng nghề.

MacCannell (1973) trong nghiên cứu nền tảng về "staged authenticity" (tính xác thực sân khấu hóa) đã cảnh báo rằng khi du lịch phát triển, cộng đồng địa phương có xu hướng dàn dựng và biểu diễn văn hóa theo cách phù hợp với kỳ vọng du khách thay vì duy trì thực hành nguyên bản. Greenwood (1989) tiếp tục phát triển luận điểm này khi phân tích trường hợp lễ hội Alarde ở xứ Basque (Tây Ban Nha), cho thấy việc thương mại hóa các nghi lễ truyền thống để phục vụ du lịch đã dẫn đến sự suy giảm ý nghĩa văn hóa sâu sắc mà chúng vốn mang lại cho cộng đồng.

Cole (2007) trong nghiên cứu tại các cộng đồng bản địa Indonesia đã chỉ ra rằng thương mại hóa quá mức (over-commercialization) các sản phẩm thủ công và nghi lễ truyền thống có thể dẫn đến: (i) đơn giản hóa và biến đổi các kỹ thuật truyền thống để đáp ứng nhu cầu sản xuất hàng loạt; (ii) mất đi ý nghĩa tâm linh và văn hóa của các sản phẩm; (iii) tạo ra sự phân hóa kinh tế trong cộng đồng giữa những người tham gia và không tham gia du lịch; (iv) áp lực lên cấu trúc xã hội và các mối quan hệ truyền thống trong cộng đồng.

Trong bối cảnh Việt Nam, một số nghiên cứu cũng ghi nhận hiện tượng tương tự tại các làng nghề du lịch phát triển. Tại Bát Tràng, sản phẩm gốm "du lịch" (sản phẩm đơn giản, giá rẻ, sản xuất hàng loạt) ngày càng lấn át gốm truyền thống tinh xảo. Tại một số làng nghề khác, nghệ nhân chuyển sang sản xuất hàng lưu niệm thay vì duy trì kỹ thuật truyền thống, dẫn đến nguy cơ mai một các giá trị di sản.

Các nghiên cứu này cung cấp nền tảng lý luận quan trọng cho luận án trong việc đề xuất mô hình phát triển du lịch sáng tạo tại làng nghề phải đảm bảo cân bằng giữa khai thác kinh tế và bảo tồn giá trị văn hóa truyền thống. Đặc biệt, trong bối cảnh làng gốm Bàu Trúc và làng dệt Mỹ Nghiệp - nơi nghệ thuật gốm Chăm đã được UNESCO ghi danh vào Danh sách Di sản văn hóa phi vật thể cần bảo vệ khẩn cấp (2022) - việc xem xét rủi ro văn hóa là yêu cầu bắt buộc để đảm bảo du lịch sáng tạo phát triển bền vững.

Bảng 1. 6. Tóm tắt các nghiên cứu tiêu biểu về loại hình du lịch sáng tạo tại các làng nghề truyền thống

Năm	Tác giả/Nhóm tác giả	Địa điểm nghiên cứu	Đóng góp chính
2000	Richards, G. & Raymond, C.	Không xác định	Đặt nền móng khái niệm "du lịch sáng tạo", mở ra hướng áp dụng cho các làng nghề có yếu tố văn hóa.
2006	UNESCO	Không xác định	Nhấn mạnh vai trò của làng nghề truyền thống trong du lịch bền vững và sáng tạo.

2011	Richards, G.	Không xác định	Xây dựng mô hình ba yếu tố: nền tảng – hoạt động – con người sáng tạo, áp dụng cho các không gian di sản và làng nghề.
2012	Nguyễn Thu Thủy	Các làng nghề truyền thống tại Hà Nội	Khẳng định giá trị và tính khả thi của loại hình du lịch sáng tạo như một xu hướng du lịch thế hệ mới.
2014	Nguyễn Văn Đính	Làng lụa Vạn Phúc (Hà Nội)	Đề xuất mô hình phát triển du lịch gắn với nghề dệt lụa truyền thống và trải nghiệm làm nghề.
2017	Đào Thị Thanh Tuyền	Làng gốm Bát Tràng (Hà Nội)	Phân tích khả năng chuyển đổi từ tham quan thụ động sang trải nghiệm sáng tạo như nặn gốm, vẽ gốm.
2018	Phạm Thị Thảo	Làng tranh Đông Hồ (Bắc Ninh)	Đưa ra mô hình “du lịch trải nghiệm nghề truyền thống” dựa trên sự tham gia của nghệ nhân và cộng đồng.
2019	Dương Thị Thu Hằng	Làng nón Phú Cam (Huế)	Phân tích vai trò của cộng đồng và giá trị văn hóa trong phát triển loại hình du lịch sáng tạo.
2020	Nguyễn Thị Hồng Vân	Làng mộc Kim Bồng (Hội An)	Ứng dụng khái niệm du lịch sáng tạo để phát triển các hoạt động trải nghiệm như khắc gỗ, chạm trổ.
2021	Đặng Thị Hồng Nhung	Làng gốm Bàu Trúc (Ninh Thuận)	Phân tích khả năng tích hợp văn hóa Chăm và nghề gốm truyền thống vào du lịch sáng tạo.
2022	Trần Thị Hồng Nhung	Làng nghề truyền thống miền Trung	Nhấn mạnh ứng dụng kể chuyện đa phương tiện và công nghệ trong thiết kế du lịch sáng tạo.

2023	Nguyễn Thành Trung	Làng đan lát Bao La (Thừa Thiên Huế)	Đề xuất phát triển sản phẩm sáng tạo qua các workshop làm nghề, kết hợp tour sinh thái.
2024	Lê Minh Quân	Các làng nghề Nam Bộ	So sánh mô hình phát triển du lịch sáng tạo tại các làng nghề (làng bạc, làng chiếu, làng làm bánh dân gian).

(Nguồn: Tác giả tổng hợp)

Trong giai đoạn 2000-2011, các nghiên cứu trên thế giới các khung lý thuyết nền đã được thiết lập: các nghiên cứu của Richards & Raymond và UNESCO đã định nghĩa khái niệm du lịch sáng tạo, gợi mở tiềm năng áp dụng cho làng nghề. Richards (2011) đã hệ thống hóa mô hình ba yếu tố (nền tảng – hoạt động – con người).

Trong giai đoạn 2014-2019, tại Việt Nam thì các nghiên cứu thực địa xuất hiện, tập trung vào làng nghề cụ thể như Vạn Phúc, Bát Tràng, Đông Hồ, Phú Cam... Nhấn mạnh vai trò cộng đồng, nghệ nhân, và trải nghiệm nghề truyền thống như nặn gốm, vẽ tranh, đội nón... Từ năm 2020–2024, đã có sự đổi mới nội dung nghiên cứu: như kết hợp yếu tố văn hóa bản địa Chăm, văn hóa xứ Huế vào du lịch sáng tạo làng nghề, đưa công nghệ (kể chuyện đa phương tiện, AI), kết nối với sinh thái, du lịch nông thôn. Nghiên cứu mở rộng ra nhiều vùng miền (miền Trung, Nam Bộ), một số đề tài mang tính so sánh liên vùng và liên mô hình.

1.5. Nghiên cứu về các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch sáng tạo

1.5.1. Các nghiên cứu quốc tế về nhân tố ảnh hưởng

Nghiên cứu về các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch sáng tạo đã thu hút sự quan tâm đáng kể từ cộng đồng học thuật quốc tế, với nhiều góc độ tiếp cận khác nhau.

Richards (2011) trong công trình hệ thống hóa lý thuyết du lịch sáng tạo đã nhấn mạnh vai trò quyết định của tài nguyên sáng tạo (creative resources) bao gồm: không gian sáng tạo (creative spaces), hoạt động sáng tạo (creative activities) và con người sáng tạo (creative people). Theo Richards, sự hiện diện đồng thời và tương tác

giữa ba yếu tố này tạo nên "hệ sinh thái sáng tạo" - điều kiện tiên quyết để du lịch sáng tạo phát triển. Trong bối cảnh làng nghề truyền thống, ba yếu tố này tương ứng với: không gian làng nghề (xưởng sản xuất, cảnh quan văn hóa), hoạt động thủ công (quy trình làm gốm, dệt vải, chạm khắc) và nghệ nhân (người nắm giữ kiến thức ngầm - tacit knowledge về kỹ thuật truyền thống).

Sudirah (2019) đề xuất bộ tiêu chí đánh giá mức độ sẵn sàng phát triển du lịch sáng tạo gồm năm nhân tố: (1) trải nghiệm đích thực (authentic experience); (2) sự tham gia tích cực của du khách (tourist participation); (3) khả năng tiếp xúc và tương tác với cộng đồng (community access); (4) tính độc đáo và khác biệt của sản phẩm (product uniqueness); và (5) điều kiện cơ sở vật chất phù hợp (infrastructure readiness). Bộ tiêu chí này đã được nhiều nghiên cứu sau đó kế thừa và phát triển.

Suhartanto (2020) nghiên cứu nhân tố ảnh hưởng đến lòng trung thành của du khách trong du lịch sáng tạo, xác định rằng chất lượng trải nghiệm sáng tạo (creative experience quality), giá trị cảm nhận (perceived value) và động lực du lịch (travel motivation) là ba nhân tố có tác động mạnh nhất. Đáng chú ý, nghiên cứu chỉ ra rằng động lực đóng vai trò trung gian trong mối quan hệ giữa chất lượng trải nghiệm và lòng trung thành - hàm ý rằng việc tạo ra trải nghiệm sáng tạo chất lượng cao chưa đủ, mà cần kích hoạt động lực tham gia chủ động của du khách.

Chang et al. (2014) phân tích động lực du khách tham gia du lịch sáng tạo, xác định bốn nhóm động lực chính: (1) nhu cầu học hỏi và phát triển bản thân (self-development); (2) nhu cầu kết nối văn hóa (cultural connection); (3) nhu cầu trải nghiệm mới lạ (novelty seeking); và (4) nhu cầu tương tác xã hội (social interaction). Kết quả cho thấy nhóm du khách có động lực "phát triển bản thân" có mức độ hài lòng và ý định quay lại cao nhất, gợi ý rằng sản phẩm du lịch sáng tạo cần tập trung vào giá trị giáo dục và trải nghiệm sâu sắc.

Binkhorst (2007) và Prahalad & Ramaswamy (2004) đặt nền tảng lý thuyết về đồng sáng tạo giá trị (value co-creation) trong du lịch, nhấn mạnh rằng giá trị không được "sản xuất" bởi nhà cung cấp rồi "tiêu dùng" bởi khách hàng, mà được "đồng sáng tạo" thông qua sự tương tác giữa các bên. Trong du lịch sáng tạo, điều này có

nghĩa là chất lượng trải nghiệm phụ thuộc không chỉ vào năng lực cung ứng của điểm đến mà còn vào mức độ tham gia và kỹ năng sáng tạo của chính du khách.

1.5.2. Các nghiên cứu trong nước về nhân tố ảnh hưởng

Tại Việt Nam, Trần Đình Tuấn (2014) là người đầu tiên nhận diện hệ thống các yếu tố nền tảng phát triển du lịch sáng tạo, bao gồm: tài nguyên sáng tạo (nghề truyền thống, ẩm thực), môi trường sáng tạo (không gian làng nghề, cảnh quan văn hóa), nguồn nhân lực sáng tạo (nghệ nhân, người dân địa phương) và các sản phẩm độc đáo (hàng thủ công mỹ nghệ). Mặc dù nghiên cứu có tính tiên phong, nhưng chưa xây dựng mô hình định lượng kiểm định mối quan hệ giữa các yếu tố này.

Nguyễn Thu Thủy và cộng sự (2012) khi nghiên cứu điều kiện phát triển du lịch sáng tạo tại các làng nghề Hà Nội đã xác định các yếu tố then chốt: (1) sự sẵn sàng của nghệ nhân và cộng đồng trong chia sẻ kiến thức và kỹ năng; (2) cơ sở hạ tầng du lịch đáp ứng nhu cầu trải nghiệm (xưởng thực hành, không gian trưng bày); (3) năng lực tổ chức và quản lý du lịch tại cấp cộng đồng; và (4) khả năng kết nối với hệ thống tour tuyến và thị trường du lịch.

Đào Minh Ngọc (2024) trong nghiên cứu gần đây nhất đã bổ sung yếu tố công nghệ như một nhân tố quan trọng, đặc biệt vai trò của trí tuệ nhân tạo (AI) trong việc cá nhân hóa trải nghiệm du khách, kể chuyện kỹ thuật số (digital storytelling) và tăng cường mức độ tương tác. Tuy nhiên, nghiên cứu chủ yếu mang tính mô tả, chưa kiểm định thực nghiệm.

1.5.3. Tổng hợp các nhóm nhân tố đã được nghiên cứu

Trên cơ sở tổng quan các công trình quốc tế và trong nước, có thể tổng hợp các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch sáng tạo đã được nghiên cứu thành bốn nhóm chính:

Bảng 1. 7. Tổng hợp các nhóm nhân tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch sáng tạo

Nhóm nhân tố	Nội dung cụ thể	Nghiên cứu tiêu biểu
--------------	-----------------	----------------------

Nhóm Tài nguyên (Resources)	Tài nguyên văn hóa, di sản phi vật thể, kỹ thuật thủ công truyền thống, cảnh quan làng nghề, tài nguyên tự nhiên	Richards (2011); Tan et al. (2013); Trần Đình Tuấn (2014)
Nhóm Năng lực (Capabilities)	Nguồn nhân lực (nghệ nhân, hướng dẫn viên), kỹ thuật sáng tạo, năng lực tổ chức trải nghiệm, kỹ năng truyền đạt văn hóa	Sudirah (2019); Binkhorst (2007); Nguyễn Thu Thủy et al. (2012)
Nhóm Hỗ trợ (Support)	Chính sách hỗ trợ, cơ sở hạ tầng du lịch, sự hỗ trợ cộng đồng, liên kết đa bên, ứng dụng công nghệ	Schuckert (2014); Lee & Lee (2015); Đào Minh Ngọc (2024)
Nhóm Cầu (Demand)	Nhu cầu và động lực du khách, marketing và truyền thông, hình ảnh điểm đến, chất lượng trải nghiệm, giá trị cảm nhận	Chang et al. (2014); Suhartanto (2020); Phạm Thị Lan Hương (2018)

(Nguồn: Tác giả tổng hợp)

Việc tổng hợp này cho thấy hai đặc điểm quan trọng. Thứ nhất, các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch sáng tạo mang tính đa chiều, bao gồm cả yếu tố phía cung (tài nguyên, năng lực, hỗ trợ) và phía cầu (nhu cầu du khách, marketing). Thứ hai, mặc dù các nhóm nhân tố đã được nhận diện trong nhiều bối cảnh khác nhau, nhưng chưa có nghiên cứu nào xây dựng và kiểm định mô hình tổng hợp các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch sáng tạo trong bối cảnh đặc thù của làng nghề truyền thống gắn với di sản văn hóa phi vật thể - đây chính là khoảng trống mà luận án hướng tới giải quyết.

1.6. Khoảng trống nghiên cứu và những vấn đề luận án tập trung giải quyết

1.6.1. Giá trị kế thừa từ các công trình đã tổng quan

Trên cơ sở tổng quan kỹ lưỡng các công trình nghiên cứu quốc tế và trong nước, luận án xác định ba nhóm giá trị kế thừa chính:

Về nền tảng lý luận: Các công trình của Richards (2000, 2011), UNESCO (2006), Binkhorst (2007), Prahalad & Ramaswamy (2004) đã cung cấp khung lý thuyết vững chắc về bản chất, đặc trưng và cơ chế vận hành của du lịch sáng tạo. Đặc biệt, mô hình ba yếu tố của Richards (2011) và lý thuyết đồng sáng tạo giá trị của Prahalad & Ramaswamy (2004) sẽ được luận án kế thừa làm nền tảng xây dựng khung phân tích.

Về phương pháp và công cụ: Các nghiên cứu định lượng của Suhartanto (2020), Chang et al. (2014) và nghiên cứu tổng quan hệ thống của Carvalho (2023) cung cấp phương pháp luận và bộ thang đo tham chiếu cho việc xây dựng mô hình nghiên cứu. Các nghiên cứu trong nước của Trần Đình Tuấn (2014), Nguyễn Thu Thủy (2012) cung cấp bối cảnh và kinh nghiệm thực tiễn Việt Nam.

Về bài học thực tiễn: Kinh nghiệm phát triển du lịch sáng tạo tại các làng gốm Nhật Bản, chương trình Creative Korea, mô hình OTOP Village Thái Lan và các làng nghề Việt Nam (Bát Tràng, Hội An) cung cấp bài học quý giá về mô hình triển khai, yếu tố thành công và thách thức cần vượt qua.

1.6.2. Khoảng trống nghiên cứu

Mặc dù mang lại những giá trị nền tảng nêu trên, các công trình đã tổng quan vẫn bộc lộ những khoảng trống đáng kể, được phân tích theo ba lớp:

Lớp 1 - Khoảng trống lý thuyết:

Các nghiên cứu hiện tại chủ yếu xây dựng khung lý thuyết cho du lịch sáng tạo trong bối cảnh đô thị và các trung tâm sáng tạo phát triển (Richards, 2011; Tan et al., 2013; Duxbury, 2020). Khung lý thuyết cho bối cảnh làng nghề truyền thống - nơi có đặc thù riêng về kiến thức ngầm (tacit knowledge), kỹ thuật thủ công truyền

đời và cấu trúc cộng đồng làng xã - vẫn chưa được phát triển đầy đủ. Cụ thể, chưa có nghiên cứu nào làm rõ: (i) đặc trưng riêng biệt của du lịch sáng tạo trong bối cảnh làng nghề truyền thống so với du lịch sáng tạo đô thị; (ii) cách thức chuyển hóa kiến thức ngầm của nghệ nhân thành trải nghiệm sáng tạo cho du khách; (iii) phân biệt rõ ràng giữa các khái niệm: du lịch sáng tạo (creative tourism), sản phẩm du lịch sáng tạo (creative tourism products), du lịch trải nghiệm (experiential tourism), du lịch làng nghề (craft village tourism) và sáng tạo sản phẩm thủ công (craft product innovation) trong bối cảnh làng nghề Việt Nam.

Lớp 2 - Khoảng trống phương pháp:

Phần lớn các nghiên cứu hiện có sử dụng phương pháp định tính (phỏng vấn, nghiên cứu trường hợp, phân tích chính sách) hoặc dừng lại ở mức mô hình lý thuyết. Thiếu nghiêm trọng các mô hình định lượng kiểm định nhân tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch sáng tạo tại làng nghề. Cụ thể: (i) chưa có mô hình nghiên cứu tổng hợp xác định và đo lường mức độ tác động của từng nhóm nhân tố (tài nguyên, năng lực, hỗ trợ, cầu) đến phát triển du lịch sáng tạo trong bối cảnh làng nghề truyền thống; (ii) thiếu bộ thang đo chuẩn hóa phù hợp cho bối cảnh làng nghề truyền thống Việt Nam - các thang đo hiện có được xây dựng cho bối cảnh đô thị hoặc khu du lịch tổng hợp, chưa phản ánh đặc thù của quá trình đồng sáng tạo tại xưởng thủ công; (iii) thiếu nghiên cứu kết hợp đa phương pháp (mixed-methods) cho phép vừa xây dựng mô hình nhân tố vừa diễn giải cơ chế tác động thông qua bằng chứng định tính từ thực địa.

Lớp 3 - Khoảng trống thực tiễn:

Chưa có nghiên cứu hệ thống nào về phát triển du lịch sáng tạo tại các làng nghề Chăm ở Ninh Thuận - nơi có giá trị di sản văn hóa phi vật thể đặc biệt. Cụ thể: (i) Làng gốm Bàu Trúc - làng gốm cổ nhất Đông Nam Á, với kỹ thuật tạo hình bằng tay không dùng bàn xoay và nung lộ thiên - đã được UNESCO ghi danh vào Danh sách Di sản văn hóa phi vật thể cần bảo vệ khẩn cấp (2022), nhưng chưa có nghiên cứu chuyên sâu về tiềm năng và mô hình phát triển du lịch sáng tạo tại đây; (ii) Làng dệt Mỹ Nghiệp với kỹ thuật dệt thổ cẩm truyền thống trên khung dệt gỗ, hoa văn biểu

tượng mang ý nghĩa tâm linh - văn hóa của người Chăm, cũng chưa được nghiên cứu từ góc độ du lịch sáng tạo; (iii) Thiếu các chỉ dẫn cụ thể và khả thi về cách thức chuyển đổi từ mô hình du lịch làng nghề truyền thống (tham quan - mua sắm thụ động) sang du lịch sáng tạo (đồng sáng tạo - tương tác - cá nhân hóa) tại các địa bàn có di sản văn hóa phi vật thể của cộng đồng dân tộc thiểu số.

1.6.3. Những vấn đề luận án tập trung giải quyết

Xuất phát từ các khoảng trống nghiên cứu đã xác định, luận án tập trung giải quyết ba vấn đề chính:

Thứ nhất, xây dựng cơ sở lý thuyết chuyên biệt về du lịch sáng tạo trong bối cảnh làng nghề truyền thống, làm rõ các khái niệm công cụ, đặc trưng riêng biệt và điều kiện phát triển du lịch sáng tạo tại làng nghề truyền thống ở Ninh Thuận. Luận án kế thừa khung lý thuyết của Richards (2011), lý thuyết đồng sáng tạo giá trị của Prahalad & Ramaswamy (2004), Lý thuyết Trao đổi xã hội (Social Exchange Theory - Ap, 1992) và phát triển vào bối cảnh đặc thù của làng nghề Chăm.

Thứ hai, xây dựng, kiểm định mô hình các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch sáng tạo tại làng nghề truyền thống ở Ninh Thuận. Mô hình bao gồm bảy nhân tố độc lập: Tài nguyên văn hóa, Kỹ thuật sáng tạo, Cơ sở hạ tầng, Nguồn nhân lực, Hoạt động du lịch sáng tạo, Hỗ trợ cộng đồng, Marketing và truyền thông. Đồng thời, luận án xây dựng, điều chỉnh và kiểm định bộ thang đo phù hợp với bối cảnh làng nghề truyền thống Việt Nam.

Thứ ba, trên cơ sở phân tích thực trạng và kết quả kiểm định mô hình, luận án đề xuất các giải pháp và khuyến nghị cụ thể, có tính khả thi cao nhằm phát triển du lịch sáng tạo tại làng gốm Bàu Trúc và làng dệt Mỹ Nghiệp theo hướng bền vững, gắn với bảo tồn di sản văn hóa Chăm và nâng cao sinh kế cộng đồng.

Tiểu kết Chương 1

Chương 1 đã thực hiện tổng quan tình hình nghiên cứu liên quan đến đề tài thông qua sáu nội dung chính. Mở đầu, phân tích trắc lượng thư mục trên cơ sở dữ liệu Web of Science và Scopus đã xác lập bức tranh tổng thể về xu hướng nghiên cứu

du lịch sáng tạo trên thế giới, cho thấy đây là chủ đề đang phát triển mạnh nhưng nghiên cứu tại bối cảnh làng nghề truyền thống vẫn còn rất khiêm tốn.

Tiếp theo, tổng quan các công trình quốc tế và trong nước về phát triển loại hình du lịch sáng tạo (mục 1.2) và phát triển sản phẩm du lịch sáng tạo (mục 1.3) đã cung cấp nền tảng lý luận vững chắc, từ các định nghĩa cơ bản đến sự phát triển phức tạp của loại hình du lịch này. Phần tổng quan về du lịch sáng tạo tại làng nghề truyền thống (mục 1.4) đã bổ sung cả khía cạnh kinh nghiệm quốc tế, nghiên cứu trong nước về du lịch làng nghề, cũng như các nghiên cứu về rủi ro văn hóa khi thương mại hóa quá mức. Mục tổng quan về các nhân tố ảnh hưởng (mục 1.5) đã tổng hợp bốn nhóm nhân tố chính từ các nghiên cứu quốc tế và trong nước, làm nền tảng cho việc xây dựng mô hình nghiên cứu.

Cuối cùng, trên cơ sở phân tích giá trị kế thừa và ba lớp khoảng trống (lý thuyết - phương pháp - thực tiễn), Chương 1 đã xác định rõ ba vấn đề cốt lõi mà luận án tập trung giải quyết: (1) xây dựng cơ sở lý thuyết về du lịch sáng tạo tại làng nghề truyền thống; (2) xây dựng và kiểm định mô hình nhân tố ảnh hưởng; (3) đề xuất giải pháp phát triển du lịch sáng tạo bền vững tại các làng nghề Chăm ở Ninh Thuận. Điều này khẳng định rằng đề tài luận án mang tính mới mẻ, không trùng lặp với các công trình đã công bố, và có đóng góp rõ ràng cả về mặt lý luận lẫn thực tiễn.

Chương 2. CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ CƠ SỞ THỰC TIỄN CỦA NGHIÊN CỨU

2.1. Cơ sở lý luận về phát triển du lịch sáng tạo

2.1.1. Các khái niệm cơ bản

a) Loại hình du lịch và sản phẩm du lịch

Theo Trần Đức Thanh và cộng sự (2022), loại hình du lịch được hiểu là một tập hợp các sản phẩm du lịch có những đặc điểm giống nhau, hoặc cùng thỏa mãn những nhu cầu, động cơ du lịch tương tự, hoặc được bán cho cùng một nhóm khách hàng, hoặc vì chúng có cùng một cách phân phối, tổ chức như nhau. Cách hiểu này nhấn mạnh tính hệ thống trong việc phân loại du lịch dựa trên nhiều tiêu chí đồng thời: nhu cầu khách hàng, đặc tính sản phẩm và phương thức tổ chức.

Trong quá trình hệ thống hóa, các nhà nghiên cứu đã xác lập một số tiêu chí cơ bản để phân loại các loại hình du lịch. Luật Du lịch Việt Nam 2017 quy định các loại hình du lịch bao gồm: du lịch văn hóa, du lịch sinh thái, du lịch nghỉ dưỡng, du lịch giải trí, du lịch thể thao, du lịch chữa bệnh, du lịch khám phá, du lịch học tập nghiên cứu, du lịch hội nghị hội thảo, du lịch tín ngưỡng tâm linh, du lịch cộng đồng và các loại hình du lịch khác. Theo UNWTO, loại hình du lịch có thể được phân chia dựa trên mục đích chuyến đi (nghỉ dưỡng, kinh doanh, văn hóa, giáo dục), dựa trên phương thức tổ chức (du lịch cá nhân, du lịch theo đoàn), hoặc dựa trên đặc điểm tài nguyên khai thác (tài nguyên tự nhiên, tài nguyên nhân văn). Mỗi loại hình du lịch được đặc trưng bởi tập hợp các hoạt động, không gian và trải nghiệm mang tính đặc thù.

Việc nhận diện và phân loại rõ ràng các loại hình du lịch có ý nghĩa quan trọng trong công tác quy hoạch, quản lý và phát triển du lịch. Trong bối cảnh nghiên cứu này, du lịch sáng tạo được tiếp cận với tư cách là một loại hình du lịch đặc trưng - tức là một tập hợp các hoạt động, sản phẩm và trải nghiệm du lịch có cùng bản chất sáng tạo, đồng tạo và tương tác, phân biệt rõ ràng với các loại hình du lịch khác. Cách tiếp cận này sẽ chi phối toàn bộ khung lý thuyết và mô hình nghiên cứu của luận án.

Sản phẩm du lịch là tập hợp các dịch vụ, hàng hóa và trải nghiệm được cung cấp cho du khách nhằm đáp ứng nhu cầu trong suốt chuyến đi. Theo Trần Đức Thanh và cộng sự (2022), sản phẩm du lịch bao gồm ba thành phần cơ bản: tài nguyên du lịch (yếu tố hấp dẫn), cơ sở vật chất kỹ thuật (phương tiện phục vụ) và dịch vụ du lịch (hoạt động phục vụ). Ba thành phần này kết hợp tạo nên trải nghiệm tổng thể cho du khách tại điểm đến.

Smith (1994) đã đề xuất mô hình năm thành phần của sản phẩm du lịch gồm: (i) cơ sở vật chất (physical plant), (ii) dịch vụ (service), (iii) lòng hiếu khách (hospitality), (iv) tự do lựa chọn (freedom of choice), và (v) sự tham gia (involvement). Đặc biệt, yếu tố "sự tham gia" của du khách ngày càng trở thành trọng tâm trong bối cảnh du lịch sáng tạo, khi du khách không chỉ tiêu dùng mà còn đồng tạo sản phẩm cùng với nhà cung cấp. Sản phẩm du lịch khác với sản phẩm hàng hóa thông thường ở tính vô hình, tính không tách rời giữa sản xuất và tiêu dùng, tính không đồng nhất và tính không dự trữ được.

Trong luận án này, sản phẩm du lịch được hiểu là kết quả cụ thể hóa của loại hình du lịch, được thiết kế tùy theo điều kiện địa phương và nhóm đối tượng mục tiêu. Sản phẩm có thể thay đổi linh hoạt về hình thức, nội dung mà không làm thay đổi bản chất của loại hình. Mối quan hệ giữa loại hình và sản phẩm du lịch là mối quan hệ giữa cái chung và cái riêng, giữa bản chất và biểu hiện - điều này đặc biệt quan trọng khi phân biệt du lịch sáng tạo (loại hình) với sản phẩm du lịch sáng tạo (biểu hiện cụ thể).

b) Du lịch sáng tạo – khái niệm và đặc trưng

Nguồn gốc và quá trình phát triển khái niệm. Khái niệm du lịch sáng tạo bắt nguồn từ giữa những năm 1990, khi các nhóm nhà nghiên cứu và thợ thủ công tìm cách tăng cường kết nối nghề thủ công với du lịch. Năm 1997, dự án EUROTEx là sáng kiến hợp tác xuyên quốc gia nhằm kết nối nghề thủ công dệt may với du lịch sáng tạo tại châu Âu, đánh dấu bước khởi đầu cho việc gắn kết du lịch với các hoạt

động sáng tạo dựa trên di sản. Thuật ngữ "du lịch sáng tạo" được phát triển sơ khai bởi Pearce và Butler (1993), song phải đến năm 2000, Richards và Raymond mới chính thức định nghĩa và phổ biến rộng rãi khái niệm này trong cộng đồng học thuật quốc tế.

Richards và Raymond (2000, tr.18) đã định nghĩa du lịch sáng tạo là "du lịch mang đến cho du khách cơ hội phát triển tiềm năng sáng tạo của mình thông qua việc tham gia tích cực vào các khóa học và trải nghiệm học tập đặc trưng cho điểm đến du lịch mà họ đến". Định nghĩa này nhấn mạnh ba yếu tố then chốt: (i) sự tham gia tích cực của du khách, (ii) phát triển tiềm năng sáng tạo cá nhân, và (iii) gắn kết với đặc trưng văn hóa địa phương.

UNESCO (2006, tr.3) mở rộng khái niệm du lịch sáng tạo thành "du lịch hướng tới trải nghiệm gắn kết và chân thực, cùng với việc tham gia học hỏi về nghệ thuật, di sản hoặc đặc điểm đặc biệt của một địa điểm, nó cung cấp sự kết nối với những người cư trú tại địa điểm đó và tạo ra nền văn hóa sống động". Định nghĩa của UNESCO bổ sung khía cạnh quan trọng về tính kết nối giữa du khách và cộng đồng bản địa, cũng như vai trò của du lịch sáng tạo trong việc duy trì và tái tạo văn hóa sống.

Những ý tưởng phát triển du lịch sáng tạo tiếp tục được mở rộng qua hàng loạt hội thảo chuyên đề quốc tế: Hội thảo Du lịch sáng tạo New Zealand, Barcelona (2005, 2010), Santa Fe (2008), và nhiều ấn phẩm có ảnh hưởng lớn của Richards và Wilson (2007), Wurzbürger và cộng sự (2010), Richards (2011, 2020). Khái niệm du lịch sáng tạo không ngừng được phát triển qua các thời kỳ, tiếp cận từ nhiều góc độ bao gồm: trải nghiệm khách hàng, sự tham gia của các ngành công nghiệp văn hóa - sáng tạo, đồng tạo giá trị giữa các bên, và ứng dụng công nghệ số.

Bảng 2. 1. Tóm tắt quá trình phát triển của khái niệm du lịch sáng tạo

Tác giả	Khái niệm du lịch sáng tạo
Pearce và Butler (1993)	Thuật ngữ Du lịch sáng tạo ra đời
Gibert	Nhu cầu của các điểm đến cần tập trung vào những trải nghiệm đích thực và ý nghĩa

Tác giả	Khái niệm du lịch sáng tạo
Richards và Raymond (2000)	Du lịch Sáng tạo là một phân đoạn của “du lịch” mang đến cho du khách cơ hội phát triển tiềm năng sáng tạo của mình thông qua việc tham gia tích cực vào các khóa học và trải nghiệm học tập, là đặc trưng của điểm đến nghỉ dưỡng nơi họ đến.
UNESCO (2006)	Nó cung cấp cho khách du lịch một hành trình cho phép họ có được những trải nghiệm đích thực và gắn bó thông qua việc học tập có sự tham gia về nghệ thuật, di sản hoặc bản chất độc đáo của các địa điểm và thiết lập mối liên kết với những người sinh sống ở các điểm đến và tạo ra nền văn hóa giống y như vậy.
Richards và Raymond (2000) và UNESCO (2006)	Loại hình du lịch này cung cấp cho khách du lịch một quá trình hội nhập tại điểm đến đã đến, cho phép họ cảm thấy mình là một thành viên đầy đủ của cộng đồng địa phương.
Russo & Van der Borg (2002)	Du lịch sáng tạo có thể được coi là một cách tiếp cận sáng tạo và đột phá đối với địa điểm di sản. Nó được xác nhận với một tầm nhìn mới toàn diện; nghĩa là, trải nghiệm văn hóa ngày càng có xu hướng được xem xét như một quá trình tổng thể.
Binkhorst (2007), Richards (2011)	Đồng sáng tạo trải nghiệm là một đặc điểm thiết yếu để phân biệt du lịch sáng tạo với du lịch văn hóa đại chúng.
Đoàn Mạnh Cường, (2024)	Tại Việt Nam, tiếp cận ở góc độ lý luận, du lịch sáng tạo được hiểu là một loại hình du lịch đặc trưng của du lịch văn hóa. Tham gia vào các hoạt động du lịch sáng tạo, khách du lịch sẽ có thể học hỏi, tìm hiểu văn hóa, nghệ thuật, phong tục ở điểm đến thông qua những hoạt động

Tác giả	Khái niệm du lịch sáng tạo
	học tập, tương tác, trải nghiệm thực tế và sâu sắc với văn hóa, xã hội, con người ở điểm đến du lịch.

(Nguồn: Tác giả tổng hợp)

Khái niệm du lịch sáng tạo sử dụng trong luận án. Qua phân tích các định nghĩa từ Richards và Raymond (2000), UNESCO (2006), Binkhorst (2007), Richards (2011, 2020), và các nghiên cứu trong nước của Trịnh Lê Anh (2014), Nguyễn Thu Thủy và cộng sự (2012), luận án xác định: *Du lịch sáng tạo là một loại hình du lịch đặc trưng thuộc nhánh du lịch văn hóa, trong đó du khách trở thành chủ thể sáng tạo thông qua việc tham gia tích cực vào các hoạt động trải nghiệm, học hỏi và đồng tạo giá trị cùng với cộng đồng sở tại, dựa trên nền tảng tài nguyên văn hóa, nghệ thuật và di sản đặc trưng của điểm đến*. Luận án tiếp cận du lịch sáng tạo với tư cách là một **loại hình du lịch** (tourism type) - tức là xem xét ở cấp độ hệ thống các hoạt động, nguyên tắc tổ chức, và đặc trưng tương tác, chứ không chỉ dừng ở cấp độ sản phẩm đơn lẻ. Cách tiếp cận này được duy trì nhất quán xuyên suốt từ mục tiêu, câu hỏi nghiên cứu, mô hình, thang đo đến phân hàm ý quản trị.

Phạm vi của du lịch sáng tạo ngày nay được mở rộng đáng kể, bao gồm nhiều lĩnh vực như âm nhạc, lễ hội, bảo tàng, văn hóa địa phương, di sản, làng nghề, ẩm thực, nghệ thuật đương đại, công nghệ số. Florida (2015) nhấn mạnh vai trò của "tầng lớp sáng tạo" trong phát triển kinh tế đô thị và vùng, trong khi Richards (2020) chỉ ra sự dịch chuyển từ chiến lược phát triển dựa trên văn hóa sang phát triển dựa trên sáng tạo. Tại Việt Nam, Trịnh Lê Anh (2014) cho rằng du lịch sáng tạo cho phép du khách "học hỏi, tìm hiểu văn hóa, nghệ thuật, phong tục ở điểm đến thông qua những hoạt động học tập, tương tác, trải nghiệm thực tế với người dân bản địa".

c) Sản phẩm du lịch sáng tạo – phân loại các loại hình sản phẩm du lịch sáng tạo

Richards và Raymond (2000) định nghĩa "sản phẩm du lịch sáng tạo là những sản phẩm, dịch vụ nhằm mang tới những trải nghiệm sâu sắc, chân thực cho khách du lịch thông qua các hoạt động đồng sáng tạo với cộng đồng". Có nhiều hướng tiếp

cận để phát triển sản phẩm du lịch sáng tạo, bao gồm: mô hình dựa trên tài nguyên bản địa và sự tham gia cộng đồng (Tan và cộng sự, 2013), tạo tài nguyên mới hoặc gia tăng giá trị tài nguyên hiện có (Ihamäki, 2012), và ứng dụng công nghệ, thực tế ảo (Buhalis và Law, 2008; Guttentag, 2010).

Phân loại sản phẩm du lịch sáng tạo. Dựa trên tổng hợp từ Richards (2011), UNESCO (2006), Duxbury và cộng sự (2020), và thực tiễn phát triển du lịch sáng tạo trên thế giới, có thể phân loại các sản phẩm du lịch sáng tạo thành các nhóm chính sau:

(i) *Du lịch sáng tạo dựa trên văn hóa và di sản*: bao gồm các hoạt động trải nghiệm gắn với nghề thủ công truyền thống, nghi lễ, phong tục, kiến trúc di sản. Du khách tham gia trực tiếp vào quá trình sản xuất thủ công, học hỏi kỹ thuật truyền thống từ nghệ nhân. Ví dụ: lớp học làm gốm tại Arita (Nhật Bản), trải nghiệm dệt lụa tại Hội An (Việt Nam).

(ii) *Du lịch sáng tạo ẩm thực*: du khách tham gia nấu nướng, chế biến, thưởng thức và sáng tạo các món ăn đặc trưng địa phương. Hình thức này kết hợp giữa trải nghiệm văn hóa ẩm thực và hoạt động đồng sáng tạo, như các tour nấu ăn truyền thống tại Thái Lan, Ý, hoặc Nhật Bản.

(iii) *Du lịch sáng tạo nghệ thuật và biểu diễn*: bao gồm các workshop vẽ tranh, điêu khắc, âm nhạc, múa truyền thống. Du khách không chỉ xem biểu diễn mà còn tham gia thực hành cùng nghệ sĩ địa phương. Ví dụ: chương trình sáng tạo samba tại Rio de Janeiro, workshop hội họa tại Bali.

(iv) *Du lịch sáng tạo số (digital creative tourism)*: ứng dụng công nghệ AR/VR, AI, nền tảng số để tạo trải nghiệm sáng tạo mới. Xu hướng này phát triển mạnh sau đại dịch COVID-19, cho phép du khách trải nghiệm di sản số hóa và tham gia các hoạt động sáng tạo trực tuyến kết hợp ngoại tuyến.

(v) *Du lịch sáng tạo gắn với thiên nhiên*: kết hợp trải nghiệm tự nhiên với hoạt động sáng tạo, như vẽ phong cảnh tại chỗ (plein air painting), nhiếp ảnh nghệ thuật, sáng tạo sản phẩm từ nguyên liệu tự nhiên bản địa.

(vi) *Du lịch sáng tạo gắn với sản phẩm làng nghề*: đây là nhóm sản phẩm trọng tâm của luận án, nơi du khách trực tiếp tham gia vào quy trình sản xuất thủ công tại làng nghề, đồng sáng tạo sản phẩm cùng nghệ nhân, và mang về các sản phẩm mang dấu ấn cá nhân. Nhóm sản phẩm này có đặc thù riêng biệt: gắn liền với không gian sống - sản xuất thực tế, tri thức ngầm (tacit knowledge) của nghệ nhân, và cộng đồng làng nghề truyền thống.

Tóm lại, sản phẩm du lịch sáng tạo là kết quả cụ thể hóa của loại hình du lịch sáng tạo, được thiết kế tùy theo điều kiện địa phương và nhóm đối tượng mục tiêu. Sản phẩm có thể thay đổi linh hoạt về hình thức mà không làm thay đổi bản chất của loại hình. Việc xác định rõ du lịch sáng tạo là một loại hình và sản phẩm du lịch sáng tạo là biểu hiện cụ thể có ý nghĩa then chốt, giúp các nhà quản lý xây dựng chiến lược phát triển đồng bộ, mở rộng khả năng kết hợp giữa giá trị truyền thống và sáng tạo đương đại, hướng đến phát triển bền vững thông qua tương tác hai chiều giữa du khách và cộng đồng.

d) Phát triển du lịch sáng tạo – nội hàm và cách tiếp cận

Phát triển du lịch sáng tạo được hiểu là quá trình nâng cao năng lực tổ chức, mở rộng quy mô và chất lượng các hoạt động du lịch sáng tạo tại điểm đến, thông qua việc khai thác chiều sâu tài nguyên văn hóa, tăng cường sự tham gia và tương tác đồng sáng tạo giữa du khách, cộng đồng và các bên liên quan, hướng đến bảo tồn di sản và phát triển kinh tế - xã hội bền vững. Theo Ohridska-Olson và Ivanov (2010), có hai hướng tiếp cận chính: (i) du lịch sáng tạo phụ thuộc vào điểm đến cụ thể - khai thác tài nguyên văn hóa đặc trưng có tính địa phương; và (ii) du lịch sáng tạo dựa trên các hoạt động sáng tạo - có thể triển khai ở nhiều nơi nhưng gắn với kỹ năng, nghệ thuật cụ thể.

Richards và Wilson (2007) chỉ ra sự phát triển du lịch sáng tạo thông qua ba thành phần: (i) phần cứng sáng tạo (creative hardware) - cơ sở hạ tầng, không gian cho sản xuất và tiêu dùng sáng tạo; (ii) phần mềm sáng tạo (creative software) - bầu không khí, sự đa dạng, sức sống văn hóa; và (iii) phần mềm tổ chức sáng tạo (creative

orgware) - cụm điểm đến, chính sách, quản trị. Ba thành phần này tạo nên hệ sinh thái du lịch sáng tạo toàn diện, đòi hỏi sự phối hợp đa ngành và đa chủ thể.

Trong luận án này, phát triển du lịch sáng tạo được tiếp cận ở cấp độ phát triển loại hình du lịch sáng tạo tại làng nghề truyền thống - tức là phát triển toàn diện hệ thống các yếu tố cấu thành (nguồn lực, kỹ thuật, con người, hoạt động, cơ sở hạ tầng, chính sách hỗ trợ, truyền thông tiếp thị) nhằm chuyển đổi từ mô hình du lịch làng nghề truyền thống (tham quan - mua sắm thụ động) sang mô hình du lịch sáng tạo (đồng tạo - tương tác - cá nhân hóa). Cách tiếp cận này giúp phân biệt rõ giữa phát triển loại hình du lịch sáng tạo (mang tính hệ thống, toàn diện) với phát triển sản phẩm du lịch sáng tạo (mang tính cụ thể, đơn lẻ) và sáng tạo sản phẩm thủ công (mang tính nghề nghiệp, sản xuất).

e) Phân biệt các khái niệm công cụ

Du lịch sáng tạo và du lịch trải nghiệm

Du lịch trải nghiệm (experiential tourism) và du lịch sáng tạo (creative tourism) đều nhấn mạnh yếu tố trải nghiệm của du khách, nhưng có sự khác biệt căn bản về mức độ tham gia và vai trò của du khách. Du lịch trải nghiệm tập trung vào việc du khách được "sống" trong môi trường văn hóa địa phương, cảm nhận và quan sát các hoạt động bản địa. Du khách trong du lịch trải nghiệm chủ yếu đóng vai trò người quan sát tích cực (active observer) - họ được đặt mình vào bối cảnh nhưng không nhất thiết phải tạo ra sản phẩm hay thay đổi quy trình.

Trong khi đó, du lịch sáng tạo đòi hỏi du khách trở thành người đồng sáng tạo (co-creator): không chỉ quan sát mà còn trực tiếp tham gia vào quá trình sản xuất, học hỏi kỹ năng, và tạo ra sản phẩm mang dấu ấn cá nhân. Richards (2011) nhấn mạnh rằng du lịch sáng tạo vượt xa du lịch trải nghiệm ở chỗ nó tạo ra "giá trị mới" thông qua quá trình đồng sáng tạo, trong khi du lịch trải nghiệm chủ yếu "tiêu dùng" giá trị hiện có. Binkhorst (2007) bổ sung rằng sự chuyển đổi từ trải nghiệm sang sáng tạo đánh dấu bước tiến từ nền kinh tế trải nghiệm (experience economy) sang nền kinh tế đồng sáng tạo (co-creation economy).

Du lịch sáng tạo và sáng tạo sản phẩm thủ công

Sáng tạo sản phẩm thủ công (craft innovation) là quá trình nghệ nhân phát triển, cải tiến hoặc tạo ra các sản phẩm thủ công mới dựa trên kỹ thuật truyền thống, với mục đích chính là nâng cao giá trị sản phẩm, đáp ứng nhu cầu thị trường. Đây là hoạt động thuộc lĩnh vực sản xuất nghề thủ công, tập trung vào sản phẩm vật chất (output) và kỹ thuật chế tác. Du lịch sáng tạo tại làng nghề tuy có sử dụng các kỹ thuật thủ công làm nền tảng, nhưng mục đích chính không phải là tạo ra sản phẩm thủ công có giá trị thương mại, mà là tạo ra trải nghiệm sáng tạo cho du khách.

Cụ thể, trong sáng tạo sản phẩm thủ công, chủ thể là nghệ nhân, sản phẩm đầu ra là sản phẩm vật chất hoàn chỉnh có chất lượng nghề nghiệp, tiêu chí đánh giá là giá trị thẩm mỹ, kỹ thuật và thương mại. Trong du lịch sáng tạo, chủ thể là sự tương tác giữa du khách và nghệ nhân, sản phẩm đầu ra là trải nghiệm sáng tạo và sản phẩm mang dấu ấn cá nhân (không nhất thiết hoàn hảo về kỹ thuật), tiêu chí đánh giá là mức độ tham gia, học hỏi, cảm xúc và kết nối văn hóa. Tại làng gốm Bàu Trúc, việc nghệ nhân phát triển dòng gốm nghệ thuật mới là sáng tạo sản phẩm thủ công; còn việc du khách được hướng dẫn nặn gốm, trang trí hoa văn Chăm cùng nghệ nhân là du lịch sáng tạo.

Phát triển loại hình du lịch sáng tạo và phát triển sản phẩm du lịch sáng tạo

Phát triển loại hình du lịch sáng tạo (developing creative tourism as a type) mang tính hệ thống và toàn diện, bao gồm: xây dựng cơ chế chính sách, phát triển cơ sở hạ tầng, đào tạo nguồn nhân lực, tổ chức cộng đồng, thiết kế mô hình trải nghiệm, xây dựng thương hiệu và truyền thông. Nó đòi hỏi sự phối hợp đa ngành, đa chủ thể (chính quyền, doanh nghiệp, cộng đồng, nghệ nhân, du khách) và mang tính chiến lược dài hạn.

Phát triển sản phẩm du lịch sáng tạo (developing creative tourism products) mang tính cụ thể và đơn lẻ hơn, tập trung vào thiết kế, triển khai và cải tiến từng sản phẩm trải nghiệm cụ thể (ví dụ: workshop làm gốm, tour dệt vải, lớp học nấu ăn). Phát triển sản phẩm là một thành phần nằm trong phát triển loại hình, nhưng không thể đại diện cho toàn bộ.

Bảng 2. 1b. Phân biệt các khái niệm công cụ trong nghiên cứu

Tiêu chí	Du lịch sáng tạo (loại hình)	Du lịch trải nghiệm	Sáng tạo sản phẩm thủ công
Bản chất	Đồng tạo giá trị mới giữa du khách và cộng đồng	Tiêu dùng trải nghiệm trong bối cảnh văn hóa	Cải tiến sản phẩm vật chất bởi nghệ nhân
Vai trò du khách	Người đồng sáng tạo (co-creator)	Người quan sát tích cực	Người tiêu dùng sản phẩm
Sản phẩm đầu ra	Trải nghiệm sáng tạo + sản phẩm cá nhân hóa	Trải nghiệm cảm xúc, ký ức	Sản phẩm vật chất hoàn chỉnh
Chủ thể chính	Du khách + nghệ nhân + cộng đồng	Du khách + nhà cung cấp dịch vụ	Nghệ nhân/thợ thủ công
Mục tiêu	Phát triển tiềm năng sáng tạo, kết nối văn hóa	Tạo ấn tượng, kỷ niệm	Nâng cao giá trị thương mại sản phẩm
Phạm vi phát triển	Hệ thống (chính sách, hạ tầng, nhân lực, tổ chức, sản phẩm)	Dịch vụ và hoạt động tại điểm đến	Quy trình sản xuất và sản phẩm

(Nguồn: Tác giả tổng hợp từ Richards, 2011; Binkhorst, 2007; UNESCO, 2006)

2.1.2. Điều kiện phát triển du lịch sáng tạo tại làng nghề

Để phát triển du lịch sáng tạo thành công tại một điểm đến, cần hội tụ đồng thời nhiều điều kiện liên quan đến cả phía cung và phía cầu. Dựa trên tổng hợp từ Richards (2011), Sudirah (2019) và các nghiên cứu trong nước, luận án xác định năm nhóm điều kiện cơ bản sau:

Thứ nhất, sự sẵn sàng và năng lực tham gia của cộng đồng địa phương và nghệ nhân. Đây là điều kiện tiên quyết và đặc thù nhất của du lịch sáng tạo tại làng nghề. Richards (2020) nhấn mạnh rằng du lịch sáng tạo chỉ có thể phát triển khi có sự tham gia tự nguyện và chủ động của cộng đồng bản địa. Nghệ nhân đóng vai trò

trung tâm không chỉ là người sở hữu tri thức ngầm (tacit knowledge) mà còn là người truyền dạy và đồng hành cùng du khách trong quá trình sáng tạo. Sự sẵn sàng này bao gồm: thái độ cởi mở đón tiếp du khách, kỹ năng truyền đạt và hướng dẫn, và ý thức bảo tồn giá trị truyền thống trong quá trình tương tác.

Thứ hai, tài nguyên văn hóa đặc trưng và có chiều sâu. Du lịch sáng tạo đòi hỏi điểm đến phải sở hữu tài nguyên văn hóa có tính đặc thù, không dễ sao chép, và đủ chiều sâu để tạo ra trải nghiệm đa tầng (văn hóa - kỹ năng - cảm xúc). Tại các làng nghề truyền thống, tài nguyên này bao gồm: kỹ thuật chế tác truyền thống, hệ thống biểu tượng và hoa văn mang ý nghĩa văn hóa - tâm linh, câu chuyện và truyền thuyết gắn với nghề, cảnh quan làng nghề mang giá trị lịch sử.

Thứ ba, cơ sở hạ tầng và không gian sáng tạo. Richards (2011), Sudirah (2019) nhấn mạnh rằng hoạt động du lịch sáng tạo cần được tiến hành tại khu vực xác thực, nơi làm việc thực tế của nghệ nhân, chứ không phải tại các địa điểm tổ chức hiện đại. Tuy nhiên, điều này không có nghĩa là không cần đầu tư hạ tầng. Các yếu tố cần thiết bao gồm: đường giao thông tiếp cận, bãi đỗ xe, biển báo chỉ dẫn, không gian trưng bày, khu vực workshop đảm bảo an toàn cho du khách, nhà vệ sinh và dịch vụ cơ bản.

Thứ tư, chính sách hỗ trợ và cơ chế liên kết đa ngành. Phát triển du lịch sáng tạo đòi hỏi sự phối hợp giữa nhiều chủ thể: chính quyền (ban hành chính sách, quy hoạch), doanh nghiệp du lịch (tổ chức, tiếp thị), cộng đồng (tham gia, cung cấp trải nghiệm), tổ chức nghề nghiệp (đào tạo, chứng nhận). Kinh nghiệm từ mạng lưới Creative Tourism Network quốc tế cho thấy sự thành công phụ thuộc rất lớn vào cơ chế phối hợp công - tư - cộng đồng (public-private-community partnership).

Thứ năm, năng lực đào tạo kỹ năng sáng tạo và ứng dụng chuyển đổi số. Đào Minh Ngọc (2024) nhấn mạnh vai trò ngày càng quan trọng của công nghệ trong du lịch sáng tạo, đặc biệt là AI trong cá nhân hóa trải nghiệm và digital storytelling. Các điều kiện về đào tạo bao gồm: nâng cao năng lực hướng dẫn của nghệ nhân, đào tạo kỹ năng thiết kế trải nghiệm, xây dựng nền tảng số hỗ trợ đặt chỗ trực tuyến, và ứng dụng công nghệ AR/VR để nâng cao giá trị trải nghiệm.

2.1.3. Đặc trưng của phát triển du lịch sáng tạo tại làng nghề truyền thống

Du lịch sáng tạo tại làng nghề truyền thống có những đặc trưng khác biệt căn bản so với du lịch sáng tạo tại các bối cảnh khác (đô thị sáng tạo, khu nghỉ dưỡng, bảo tàng). Richards (2020) khẳng định nghề thủ công có mối liên kết ngày càng tăng với du lịch và là nguồn cảm hứng ban đầu của du lịch sáng tạo. Dựa trên phân tích tổng hợp từ Richards (2011, 2020), Tan và cộng sự (2013), và thực tiễn các làng nghề truyền thống, luận án xác định năm đặc trưng cốt lõi:

Đặc trưng thứ nhất: Không gian sáng tạo mang tính sống động và "đang diễn ra". Làng nghề truyền thống không chỉ là không gian tham quan mà là nơi sản xuất thực tế vẫn đang tiếp diễn hàng ngày. Du khách được tiếp cận quá trình làm ra sản phẩm thủ công trong đời sống thường nhật, tạo nên tính xác thực (authenticity) mà các bối cảnh khác khó có thể tái tạo. Tại Bàu Trúc, du khách có thể chứng kiến toàn bộ quy trình từ nhào đất, nặn tạo hình bằng tay, đến nung gốm lộ thiên - đây là trải nghiệm sống mà không bảo tàng hay khu trưng bày nào có thể thay thế.

Đặc trưng thứ hai: Cộng đồng địa phương giữ vai trò chủ thể sáng tạo. Tại làng nghề, nghệ nhân vừa là người gìn giữ tri thức truyền thống, vừa là người hướng dẫn và đồng hành với du khách trong quá trình trải nghiệm. Họ đóng vai trò trung tâm trong thiết kế sản phẩm du lịch, khác với nhiều bối cảnh khác nơi sản phẩm du lịch thường do doanh nghiệp bên ngoài thiết kế và vận hành.

Đặc trưng thứ ba: Sự kết hợp giữa tri thức ngầm và văn hóa bản địa. Du lịch sáng tạo ở làng nghề gắn liền với tri thức nghề truyền thống (tri thức ngầm - tacit knowledge) cần được truyền từ người này sang người khác thông qua tiếp xúc trực tiếp. Tri thức này không thể số hóa hoàn toàn hay truyền tải qua sách vở, mà phải được trải nghiệm thông qua thực hành cùng nghệ nhân. Kết hợp với nghi lễ, truyền thuyết, phong tục, kỹ thuật tạo tác, du lịch sáng tạo tại làng nghề tạo nên trải nghiệm đa tầng (văn hóa - kỹ năng - cảm xúc).

Đặc trưng thứ tư: Hình thức trải nghiệm mang tính học hỏi và tương tác cao. Du khách có thể trực tiếp tham gia làm sản phẩm, giao lưu với nghệ nhân, hiểu về quá trình và câu chuyện phía sau sản phẩm. Học một kỹ năng thủ công đòi hỏi tiếp

xúc trực tiếp rộng rãi, loại bỏ vấn đề rào cản ngôn ngữ và tạo mối quan hệ bền vững hơn so với du lịch đại chúng.

Đặc trưng thứ năm: Đóng góp trực tiếp vào bảo tồn di sản sống. Phát triển du lịch sáng tạo tại làng nghề giúp duy trì nghề thủ công, tạo sinh kế cho nghệ nhân trẻ và giữ gìn bản sắc văn hóa thông qua tương tác thường xuyên với du khách. Tuy nhiên, đặc trưng này cũng mang rủi ro nếu không được quản lý tốt - nguy cơ thương mại hóa quá mức, biến đổi giá trị truyền thống, áp lực lên cấu trúc xã hội cộng đồng (MacCannell, 1973; Greenwood, 1989; Cole, 2007).

Bảng 2. 2. So sánh sự khác nhau giữa du lịch sáng tạo tại làng nghề truyền thống với những nơi khác.

Tiêu chí	Làng nghề truyền thống	Địa điểm khác
Không gian trải nghiệm	Không gian sống – sản xuất đang diễn ra	Không gian trưng bày hoặc tiêu dùng
Chủ thể sáng tạo	Người dân địa phương, nghệ nhân	Doanh nghiệp, tổ chức bên ngoài
Tính tương tác	Cao: tham gia trực tiếp, thực hành thủ công	Thấp hơn: xem trình diễn, mua sắm
Yếu tố văn hóa	Gắn với nghề truyền thống, di sản bản địa	Đa dạng, có thể tái tạo ở nơi khác
Góp phần bảo tồn	Bảo tồn tri thức sống và thể hệ nghệ nhân	Bảo tồn vật thể hoặc trình diễn

(Nguồn: Tác giả tổng hợp)

2.2. Các lý thuyết nền tảng

Để xây dựng mô hình nghiên cứu có cơ sở khoa học vững chắc, luận án kế thừa và vận dụng bốn lý thuyết nền tảng, mỗi lý thuyết đóng vai trò giải thích một cơ chế cụ thể trong phát triển du lịch sáng tạo tại làng nghề truyền thống.

2.2.1. Lý thuyết đồng tạo giá trị (Value Co-creation Theory)

Prahalad và Ramaswamy (2004) đề xuất lý thuyết đồng tạo giá trị (value co-creation), theo đó giá trị không được tạo ra một chiều bởi nhà sản xuất, mà được đồng tạo thông qua sự tương tác giữa nhà sản xuất và người tiêu dùng. Mô hình DART (Dialogue - Access - Risk assessment - Transparency) xác định bốn yếu tố cấu thành quá trình đồng tạo giá trị: đối thoại giữa các bên, khả năng tiếp cận tài nguyên, đánh giá rủi ro, và tính minh bạch trong quá trình tương tác.

Vai trò trong mô hình nghiên cứu: Lý thuyết đồng tạo giá trị là nền tảng lý thuyết trực (core theory) của luận án, giải thích cơ chế theo đó du khách và nghệ nhân cùng tạo ra trải nghiệm du lịch sáng tạo tại làng nghề. Cụ thể, lý thuyết này giải thích tại sao các nhân tố như "hoạt động sáng tạo" (nơi du khách trực tiếp tham gia cùng nghệ nhân), "con người sáng tạo" (chất lượng tương tác giữa nghệ nhân và du khách), và "kỹ thuật sáng tạo" (quy trình sản xuất được mở cho du khách tham gia) có tác động đến phát triển du lịch sáng tạo. Binkhorst (2007) đã vận dụng lý thuyết này để lý giải rằng trải nghiệm du lịch sáng tạo chỉ có giá trị thực sự khi du khách là người đồng tham gia vào quá trình sáng tạo, chứ không chỉ là người tiêu dùng thụ động.

2.2.2. Lý thuyết trao đổi xã hội (Social Exchange Theory)

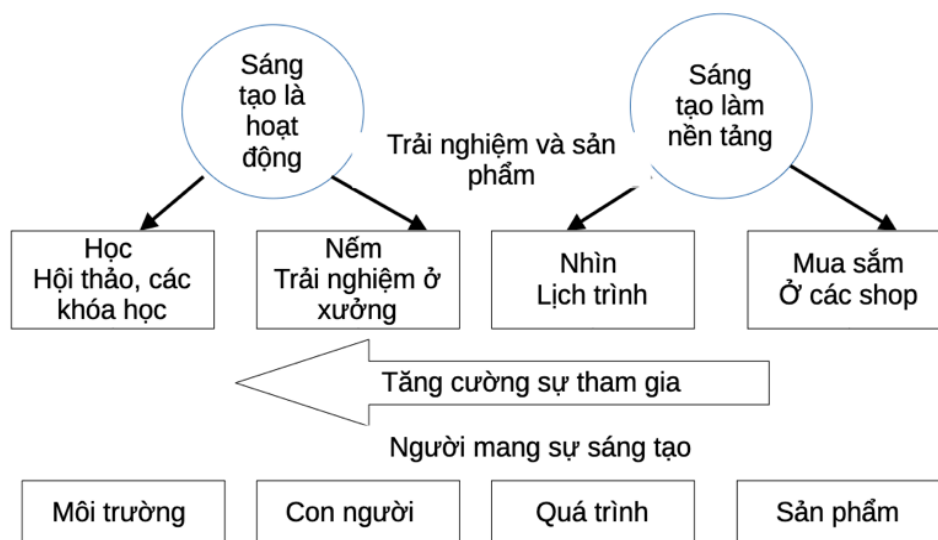
Lý thuyết trao đổi xã hội (Ap, 1992; Blau, 1964) cho rằng cá nhân và cộng đồng sẽ tham gia vào các hoạt động trao đổi khi họ nhận thấy lợi ích thu được lớn hơn chi phí bỏ ra. Trong bối cảnh du lịch, lý thuyết này giải thích thái độ và mức độ hỗ trợ của cộng đồng địa phương đối với phát triển du lịch: nếu cộng đồng cảm nhận rằng du lịch mang lại lợi ích kinh tế, bảo tồn văn hóa và nâng cao vị thế xã hội, họ sẽ ủng hộ và tham gia tích cực; ngược lại, nếu cảm nhận chi phí (xáo trộn đời sống, thương mại hóa văn hóa, áp lực xã hội) vượt quá lợi ích, họ sẽ phản đối hoặc không hợp tác.

Vai trò trong mô hình nghiên cứu: Lý thuyết trao đổi xã hội giải thích cơ chế tác động của nhân tố "con người sáng tạo" và "hỗ trợ cộng đồng" đến phát triển du lịch sáng tạo. Sự sẵn sàng tham gia của nghệ nhân, thái độ của cộng đồng, và sự

hỗ trợ của chính quyền địa phương đều được chi phối bởi nhận thức về lợi ích - chi phí trong quá trình trao đổi. Tại các làng nghề Chăm ở Ninh Thuận, nơi cộng đồng có bản sắc văn hóa đặc thù và mối quan ngại về thương mại hóa, lý thuyết trao đổi xã hội đặc biệt phù hợp để giải thích mức độ tham gia và hỗ trợ của cộng đồng đối với phát triển du lịch sáng tạo.

2.2.3. Mô hình ba yếu tố du lịch sáng tạo (Richards, 2011)

Richards (2011) đề xuất mô hình ba yếu tố cấu thành du lịch sáng tạo, bao gồm: (i) Sáng tạo là hoạt động (Creativity as activity) - du khách tham gia các hoạt động học hỏi, trải nghiệm tại xưởng, workshop; (ii) Sáng tạo là nền tảng (Creativity as background) - không gian, cảnh quan, bầu không khí sáng tạo tại điểm đến; và (iii) Con người sáng tạo (Creative people) - nghệ nhân, cộng đồng, tầng lớp sáng tạo tạo nên môi trường sáng tạo và quá trình sáng tạo. Mô hình này phản ánh sự chuyển đổi từ du lịch văn hóa thụ động sang du lịch sáng tạo chủ động, trong đó mức độ tham gia của du khách tăng dần từ "nhìn" (spectacles) đến "tương tác" (creative spaces).



Hình 2. 1. Các hình thức của du lịch sáng tạo

(Richards, 2011)

Vai trò trong mô hình nghiên cứu: Mô hình Richards (2011) cung cấp khung phân tích trực tiếp cho việc xác định các nhân tố trong mô hình nghiên cứu của luận án. Ba yếu tố trong mô hình Richards tương ứng với các nhóm nhân tố: "nguồn lực

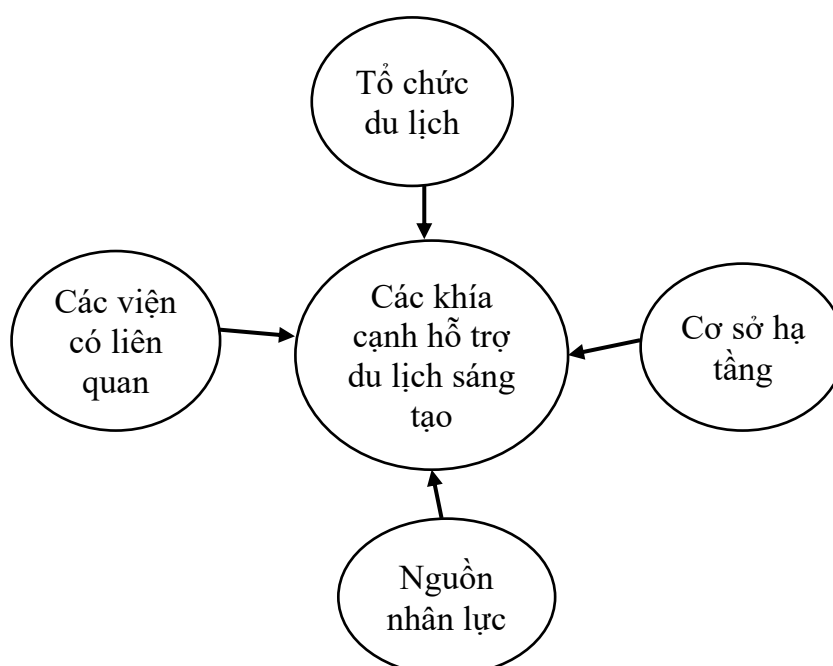
sáng tạo" (background), "hoạt động sáng tạo" và "kỹ thuật sáng tạo" (activity), "con người sáng tạo" (people). Luận án kế thừa khung phân tích này và mở rộng thêm các nhân tố phản ánh đặc thù bối cảnh làng nghề truyền thống.

2.2.4. Tổng hợp các mô hình nghiên cứu liên quan

Ngoài ba lý thuyết nền tảng chính, luận án tham khảo và kế thừa các mô hình nghiên cứu tiêu biểu sau đây:

Mô hình của Vũ Nam (2024) về phát triển sản phẩm du lịch sáng tạo dựa trên môi trường văn hóa tại các điểm đến du lịch cộng đồng, với năm nhóm yếu tố và 41 tiêu chí hướng dẫn. Mô hình này có giá trị tham khảo cao cho bối cảnh Việt Nam, đặc biệt các nhóm tiêu chí về xây dựng thiết chế - cảnh quan văn hóa, bảo tồn giá trị truyền thống, và phát triển sản phẩm dịch vụ văn hóa.

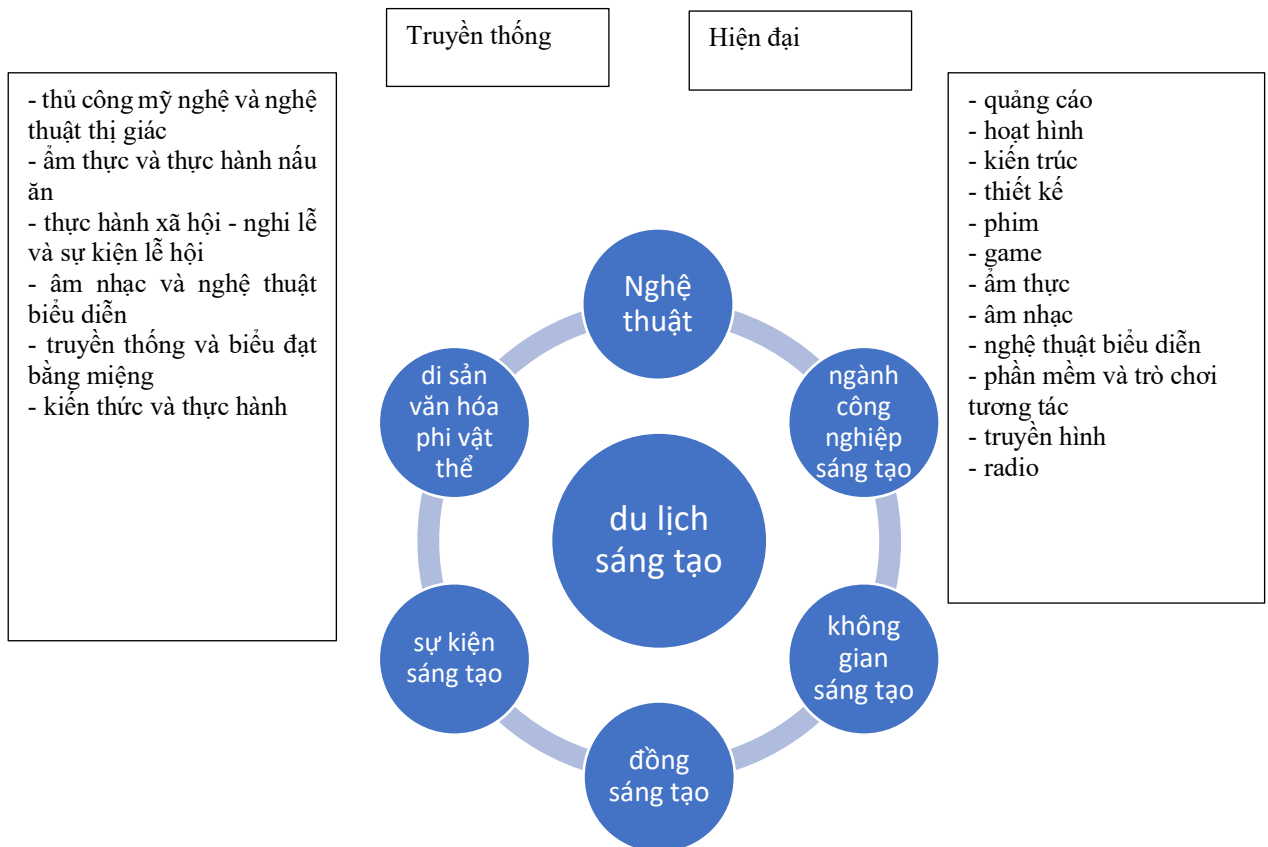
Mô hình của Sudirah (2019) về các khía cạnh hỗ trợ du lịch sáng tạo, bao gồm cơ sở hạ tầng, nguồn nhân lực, tổ chức du lịch, và các ban ngành liên quan. Mô hình này cũng xác định năm tiêu chí sẵn sàng (readiness criteria) cho du lịch sáng tạo: trải nghiệm đích thực, sự tham gia du khách, tiếp cận cộng đồng, tính độc đáo sản phẩm, và cơ sở hạ tầng.



Hình 2. 2. Mô hình các khía cạnh hỗ trợ du lịch sáng tạo

(Sudirah, S. & Febriani, R., 2019)

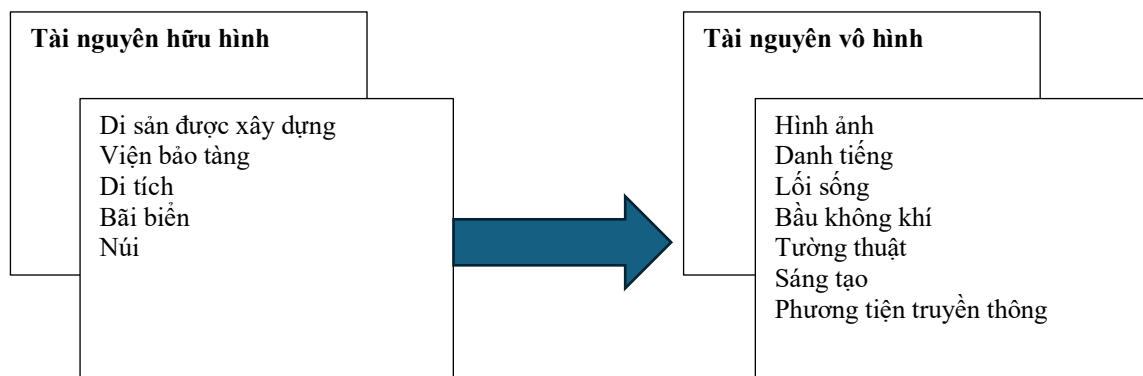
Mô hình cách tiếp cận du lịch sáng tạo của Baixinho và cộng sự (2021) phân chia thành hai nhóm: truyền thống và hiện đại. Đối với các làng nghề truyền thống, cách tiếp cận truyền thống phù hợp hơn - nhấn mạnh vào tri thức bản địa, kỹ thuật thủ công, và tương tác trực tiếp với cộng đồng.



Hình 2. 3. Một loại hình tiếp cận du lịch sáng tạo

(Alexandra Baixinho và cộng sự, 2021)

Mô hình dịch chuyển từ tài nguyên hữu hình sang vô hình của Richards và Wilson (2007), nhấn mạnh xu hướng khai thác các yếu tố vô hình trong du lịch sáng tạo: hình ảnh, bản sắc, lối sống, bầu không khí, câu chuyện, sáng tạo và truyền thông.



Hình 2. 4. Sự dịch chuyển từ tài nguyên hữu hình sang tài nguyên vô hình trong du lịch

(Richards, G. & Wilson, J., 2007)

Dưới đây là bảng tóm tắt các mô hình hay hình thức tiếp cận du lịch sáng tạo:

Bảng 2. 3. Bảng tóm tắt các mô hình hay hình thức tiếp cận du lịch sáng tạo

Năm	Tác giả	Quốc gia / Địa điểm nghiên cứu	Mô hình / Tiếp cận	Đặc điểm chính	Đóng góp	Vai trò trong luận án
2006 và các năm (2007, 2011, 2016, 2020, 2021)	Richards et al.	Nhiều quốc gia châu Âu	Hoạt động - Nền tảng-Con người; Tài nguyên vô hình	Nhấn mạnh sự chuyển đổi từ du lịch văn hóa sang du lịch sáng tạo tại các làng nghề truyền thống Trải nghiệm học, nếm, nhìn, mua sắm; nhấn mạnh yếu tố vô hình	Đặt nền móng lý thuyết du lịch sáng tạo gắn với không gian và cảnh quan địa phương	Nền tảng lý thuyết về du lịch sáng tạo và trải nghiệm văn hóa.

2007, 2009	Binkhorst	Hà Lan	Du lịch như mạng lưới trải nghiệm	Mạng lưới các bên cùng đồng sáng tạo	Thúc đẩy khái niệm du lịch như một hệ sinh thái trải nghiệm tích hợp	Cơ sở tiếp cận du lịch như mạng lưới trải nghiệm.
2011	Montuori	Ý	Thiết kế địa điểm sáng tạo	Sáng tạo-Tài nguyên-Ý nghĩa địa điểm	Đề cao vai trò cộng đồng, đồng sáng tạo, phát triển không gian sống tích hợp văn hóa	Gợi ý tiếp cận thiết kế địa điểm sáng tạo.
2012	Daniela Jelincic & Ana Zuvela	Croatia	Tiếp cận thương hiệu địa phương	Tập trung vào việc chuyển giao giá trị văn hóa độc đáo và xây dựng thương hiệu làng nghề	Đề xuất mô hình phát triển sản phẩm đặc trưng từ làng nghề để thu hút khách	Cơ sở xây dựng thương hiệu văn hóa địa phương.
2013	Susana Rachão	Bồ Đào Nha (vùng	Mô hình cá nhân	Khách mong muốn trải nghiệm sâu sắc và phát	Khuyến nghị thiết kế lại sản phẩm tại	Nhấn mạnh cá nhân hóa trải

		nông thôn)	hóa trải nghịem	triển bản thân thông qua hoạt động làng nghề	làng nghề để tăng tính cá nhân và giá trị trải nghịem	nghịem du lịch làng nghề.
2017	Duyen Can	Việt Nam -Làng cổ Đường Lâm	Mô hình đồng sáng tạo cộng đồng	Đề cao vai trò doanh nhân sáng tạo và cộng đồng dân cư	Phân tích tính phù hợp của du lịch sáng tạo tại làng cổ, gợi ý kết hợp văn hóa & doanh nghịem địa phương	Tham chiếu bối cảnh Việt Nam và vai trò cộng đồng.
2018	Mistriani	Indonesia -Làng nghề Batik	Mô hình hợp tác cộng đồng	Lấy nghề thuật thủ công Batik làm nền tảng để triển khai các lớp trải nghịem cho khách.	Tăng cường sự tham gia của người dân trong sản xuất - hướng dẫn -trình diễn	Khai thác nghề thủ công cho trải nghịem du lịch.

2019	Pudwong	Thái Lan – Làng nghề truyền thống	Du lịch sáng tạo dựa vào cộng đồng (CBT + CT)	Kết hợp CBT (Community- Based Tourism) với Creative Tourism tại làng nghề	Làm rõ vai trò thể chế và sự hỗ trợ chính sách trong phát triển du lịch sáng tạo làng nghề	Kết hợp du lịch cộng đồng và du lịch sáng tạo.
2019	Sudirah & Febriani	Indonesia	Bộ ba mô hình: Hỗ trợ- Đặc điểm- Tiềm năng	Hạ tầng, nhân lực, trải nghiệm, tiếp xúc	Hệ thống hóa điều kiện nội tại và ngoại vi ảnh hưởng đến tiềm năng du lịch sáng tạo	Xác định các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch sáng tạo.
2020	Zhou	Trung Quốc- Các làng di sản	Mạng lưới xã hội & sáng tạo địa điểm	Nghiên cứu vai trò của mạng lưới xã hội trong quá trình định hình trải	Đề xuất xây dựng mạng lưới kết nối nghệ nhân- khách-	Vai trò mạng lưới xã hội trong phát triển điểm đến.

				nghiệm và điểm đến	doanh nghiệp	
2021	Baixinho et al.	Bồ Đào Nha	Truyền thống & Hiện đại	Nghệ thuật dân gian, âm thực, VR, lễ hội	Phân tầng tiếp cận theo loại hình truyền thống & hiện đại – tăng cường ứng dụng vào di sản	Kết hợp truyền thống và công nghệ trong trải nghiệm du lịch.
2022	Pertywy	Indonesia – Làng nghề dệt truyền thống	Mô hình phát triển sáng tạo bền vững	Chú trọng đến bảo tồn di sản phi vật thể kết hợp với sáng tạo sản phẩm hiện đại	Nhấn mạnh sự cần thiết của đào tạo, chuyên giao kỹ năng và tiếp thị sáng tạo	Định hướng phát triển sáng tạo bền vững.
2023	Wisudawati	Indonesia – Làng du lịch sáng tạo	Mô hình tích hợp công nghệ	Tích hợp công nghệ và truyền thông số vào du lịch làng nghề	Gợi mở ứng dụng AI, VR trong bảo tồn và	Ứng dụng công nghệ số trong du

					quảng bá nghề truyền thống	lịch làng nghề.
2024	Đào Minh Ngọc & cs.	Việt Nam (nhiều địa phương)	Mô hình hệ sinh thái sáng tạo	Kết nối công nghiệp sáng tạo – cộng đồng – nhà nước – công nghệ	Đề xuất mô hình phát triển toàn diện du lịch sáng tạo làng nghề theo hướng bền vững	Tiếp cận hệ sinh thái sáng tạo trong phát triển du lịch.
2024	Vũ Nam	Việt Nam	Nhóm nội dung văn hóa tại cộng đồng	5 nhóm yếu tố: thiết chế, bảo tồn, đạo đức, sản phẩm, quản lý	Đề xuất khung tiêu chí xây dựng môi trường văn hóa sáng tạo tại điểm đến cộng đồng	Cơ sở xây dựng tiêu chí môi trường văn hóa sáng tạo.

Nguồn: Tác giả tổng hợp

2.3. Cơ sở thực tiễn về phát triển du lịch sáng tạo

2.3.1. Chính sách pháp luật Việt Nam về phát triển du lịch sáng tạo

Hệ thống chính sách pháp luật tại Việt Nam đối với phát triển du lịch sáng tạo được thể hiện qua nhiều tầng văn bản từ Trung ương đến địa phương, tạo nền tảng pháp lý và định hướng chiến lược.

Ở cấp Trung ương, Luật Du lịch 2017 đã đặt nền móng pháp lý cho phát triển du lịch bền vững, trong đó nhấn mạnh đa dạng hóa sản phẩm du lịch và phát huy giá trị di sản văn hóa. Nghị quyết số 08-NQ/TW năm 2017 của Bộ Chính trị xác định du lịch là ngành kinh tế mũi nhọn, yêu cầu phát triển sản phẩm du lịch đặc trưng, chất lượng cao, dựa trên lợi thế tài nguyên văn hóa và tự nhiên. Nghị quyết số 82/NQ-CP ngày 18/5/2023 đặt ra bảy nhiệm vụ trọng tâm cho giai đoạn 2023-2025, bao gồm: cơ cấu lại ngành du lịch theo hướng chuyên nghiệp, bền vững; thu hút đầu tư vào các loại hình du lịch mới có tiềm năng; tăng cường liên kết vùng; nâng cao chất lượng nguồn nhân lực; và đẩy mạnh ứng dụng khoa học công nghệ. Chỉ thị số 08/CT-TTg ngày 23/2/2024 yêu cầu đổi mới tư duy phát triển du lịch, thúc đẩy ứng dụng công nghệ số, hỗ trợ đa dạng hóa sản phẩm du lịch sáng tạo và khuyến khích mô hình du lịch trải nghiệm.

Ở cấp địa phương, Ninh Thuận đã chủ động cụ thể hóa định hướng phát triển du lịch sáng tạo. Nghị quyết số 04-NQ/TU ngày 31/8/2021 của Tỉnh ủy xác định mục tiêu đưa du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn, chú trọng khai thác lợi thế về di sản văn hóa Chăm. Nghị quyết số 13/2022/NQ-HĐND quy định chính sách hỗ trợ phát triển du lịch Ninh Thuận giai đoạn 2022-2025, với tổng kinh phí dự kiến 21,149 tỷ đồng, bao gồm hỗ trợ phát triển du lịch cộng đồng, đào tạo nguồn nhân lực, và phát triển sản phẩm du lịch mới. Quyết định số 1319/QĐ-TTg ngày 10/11/2023 phê duyệt quy hoạch Ninh Thuận thời kỳ 2021-2030, tầm nhìn đến 2050, xác định du lịch sáng tạo là một trong những trụ cột phát triển.

2.3.2. Kinh nghiệm quốc tế về phát triển du lịch sáng tạo tại làng nghề

Nhật Bản là quốc gia tiêu biểu trong phát triển du lịch sáng tạo tại làng nghề gốm sứ truyền thống. Ba làng gốm - Arita, Bizen và Tokoname - đã được UNESCO công nhận trong Mạng lưới Thành phố Sáng tạo (Creative Cities Network) ở lĩnh vực thủ công và nghệ thuật dân gian. Mô hình Nhật Bản có ba đặc điểm nổi bật: (i) kết hợp chặt chẽ giữa bảo tồn kỹ thuật truyền thống (hệ thống "Living National Treasures" - Nhân bảo quốc gia) với đổi mới sáng tạo; (ii) phát triển du lịch trải nghiệm tại xưởng gốm thực tế, nơi du khách có thể trực tiếp học làm gốm từ nghệ nhân được chứng nhận; (iii) liên kết làng nghề với hệ sinh thái du lịch rộng hơn (bảo tàng gốm, lễ hội gốm thường niên, gallery nghệ thuật đương đại). Bài học chính từ Nhật Bản là sự cân bằng giữa bảo tồn và sáng tạo, trong đó kỹ thuật truyền thống được tôn trọng tuyệt đối nhưng cho phép sáng tạo trong thiết kế và ứng dụng.

Hàn Quốc triển khai chương trình Creative Korea nhằm liên kết các làng nghề thủ công truyền thống với ngành công nghiệp sáng tạo hiện đại. Đặc biệt, chương trình "Korean Craft Village" tại các vùng như Icheon (gốm sứ), Jeonju (giấy hanji, ẩm thực) đã thành công trong việc chuyển đổi từ mô hình tham quan thụ động sang du lịch sáng tạo. Bài học từ Hàn Quốc là vai trò dẫn dắt mạnh mẽ của Chính phủ trong đầu tư cơ sở hạ tầng, đào tạo nghệ nhân kỹ năng hướng dẫn du khách, và xây dựng thương hiệu quốc gia cho nghề thủ công truyền thống.

Thái Lan phát triển mô hình OTOP Village Champion (OVC) kết hợp giữa chương trình "Mỗi làng một sản phẩm" (OTOP) với du lịch sáng tạo tại cộng đồng. Tại các làng nghề dệt lụa (Ban Tha Sawang), gốm sứ (Ko Kret), du khách được tham gia trải nghiệm quy trình sản xuất, mua sản phẩm trực tiếp từ nghệ nhân, và lưu trú tại homestay trong cộng đồng. Bài học chính là sự trao quyền cho cộng đồng (community empowerment) - cộng đồng tự quản lý, tự tổ chức hoạt động du lịch sáng tạo, đảm bảo lợi ích được phân phối công bằng.

Bồ Đào Nha thông qua dự án CREATOUR (2016-2020) đã phát triển mạng lưới du lịch sáng tạo tại các thành phố nhỏ và vùng nông thôn, bao gồm nhiều làng nghề thủ công truyền thống. Duxbury và cộng sự (2020) đánh giá CREATOUR đã

chứng minh rằng du lịch sáng tạo đặc biệt phù hợp với các vùng nông thôn và các cộng đồng có di sản văn hóa phong phú nhưng hạn chế về quy mô du lịch đại chúng. Bài học quan trọng là cần thiết kế cẩn thận các trải nghiệm du lịch dựa trên tính xác thực, với sự tham gia chủ đạo của cộng đồng sáng tạo địa phương, và chú ý đến nguồn lực và kỹ năng sẵn có.

2.3.3. Bài học kinh nghiệm cho phát triển du lịch sáng tạo tại Ninh Thuận

Từ kinh nghiệm quốc tế và hệ thống chính sách, có thể rút ra năm bài học quan trọng cho phát triển du lịch sáng tạo tại các làng nghề truyền thống ở Ninh Thuận:

Một là, cân bằng giữa bảo tồn và sáng tạo. Kinh nghiệm Nhật Bản cho thấy kỹ thuật truyền thống cần được tôn trọng và bảo tồn, đồng thời cho phép sáng tạo trong thiết kế trải nghiệm du lịch. Tại Bàu Trúc, kỹ thuật nặn gốm bằng tay không dùng bàn xoay và nung lộ thiên cần được giữ nguyên bản, nhưng cách thức tổ chức trải nghiệm cho du khách có thể được sáng tạo và đa dạng hóa.

Hai là, trao quyền cho cộng đồng làm chủ thể. Kinh nghiệm Thái Lan và Bồ Đào Nha cho thấy du lịch sáng tạo bền vững đòi hỏi cộng đồng phải giữ vai trò chủ thể, tự quản lý và hưởng lợi trực tiếp, thay vì chỉ là người phục vụ cho doanh nghiệp bên ngoài.

Ba là, đầu tư có trọng điểm vào cơ sở hạ tầng và đào tạo. Kinh nghiệm Hàn Quốc cho thấy vai trò dẫn dắt của chính quyền trong đầu tư hạ tầng tiếp cận, đào tạo nghệ nhân kỹ năng hướng dẫn, và xây dựng thương hiệu du lịch sáng tạo.

Bốn là, liên kết làng nghề với hệ sinh thái du lịch rộng hơn. Làng gốm Bàu Trúc và làng dệt Mỹ Nghiệp cần được liên kết với các điểm du lịch khác của Ninh Thuận (tháp Chăm, biển Ninh Chữ, vườn nho) trong chuỗi giá trị du lịch sáng tạo tổng thể.

Năm là, quản lý rủi ro văn hóa. Cần có cơ chế giám sát và đánh giá tác động của du lịch đến văn hóa truyền thống, tránh hiện tượng "gốm du lịch" (sản phẩm đơn giản, giá rẻ, sản xuất hàng loạt) lấn át gốm truyền thống tinh xảo - bài học cảnh báo từ Bát Tràng và nhiều làng nghề khác.

2.4. Cơ sở đề xuất mô hình các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch sáng tạo tại làng nghề truyền thống ở Ninh Thuận

2.4.1. Nền tảng lý thuyết của mô hình

Mô hình nghiên cứu của luận án được xây dựng trên nền tảng tích hợp ba lý thuyết chính: (i) Mô hình ba yếu tố du lịch sáng tạo của Richards (2011) cung cấp khung phân tích về các thành phần cấu thành du lịch sáng tạo (hoạt động, nền tảng, con người); (ii) Lý thuyết đồng tạo giá trị của Prahalad và Ramaswamy (2004) giải thích cơ chế tạo ra trải nghiệm sáng tạo thông qua tương tác giữa du khách và cộng đồng; (iii) Lý thuyết trao đổi xã hội (Ap, 1992) giải thích mức độ hỗ trợ và tham gia của cộng đồng dựa trên nhận thức về lợi ích - chi phí.

Cơ chế tác động được luận giải như sau: Du lịch sáng tạo tại làng nghề truyền thống là quá trình đồng tạo giá trị (lý thuyết Prahalad & Ramaswamy) giữa du khách và cộng đồng, diễn ra trong không gian sáng tạo cụ thể (background - Richards, 2011), thông qua các hoạt động sáng tạo cụ thể (activity - Richards, 2011), với sự tham gia của con người sáng tạo (people - Richards, 2011), và được thúc đẩy hoặc cản trở bởi nhận thức về lợi ích - chi phí của các bên (lý thuyết trao đổi xã hội). Mỗi nhân tố trong mô hình đều có cơ sở lý thuyết rõ ràng giải thích vì sao và bằng cơ chế nào nó thúc đẩy hoặc cản trở phát triển du lịch sáng tạo.

2.4.2. Các nhân tố và giả thuyết nghiên cứu

Dựa trên nền tảng lý thuyết và tổng quan các nghiên cứu liên quan, luận án đề xuất bốn nhân tố độc lập tác động đến biến phụ thuộc "phát triển du lịch sáng tạo tại làng nghề truyền thống". Mỗi nhân tố được biện luận về cơ chế tác động cụ thể:

Nhân tố 1: Nguồn lực sáng tạo (NL). Nguồn lực sáng tạo bao gồm tài nguyên văn hóa đặc sắc, di sản lịch sử, cảnh quan làng nghề, cơ sở vật chất hạ tầng, dịch vụ hỗ trợ du lịch, và nguồn nhân lực du lịch. Trong mô hình Richards (2011), đây tương ứng với yếu tố "nền tảng sáng tạo" (creative background) - không gian và tài nguyên tạo nên bối cảnh cho du lịch sáng tạo. Cơ chế tác động: nguồn lực sáng tạo phong phú và đặc thù tạo ra lợi thế so sánh cho điểm đến, cung cấp "nguyên liệu" cho quá

trình đồng sáng tạo và làm tăng tính xác thực của trải nghiệm (Richards và Wilson, 2007; Chen, 2022; Promnil Niramol, 2022).

Giả thuyết H1: *Nguồn lực sáng tạo tác động cùng chiều (+) đến phát triển du lịch sáng tạo tại làng nghề truyền thống ở Ninh Thuận.*

Nhân tố 2: Kỹ thuật và quá trình sáng tạo (KT). Bao gồm các kỹ thuật chế tác truyền thống, quy trình sản xuất, cách thức biến đổi nguyên liệu thành sản phẩm, và tính xác thực của nguồn gốc và quá trình sản xuất. Trong du lịch sáng tạo tại làng nghề, kỹ thuật và quá trình sáng tạo đóng vai trò then chốt vì đây là nội dung trực tiếp mà du khách được trải nghiệm và đồng tham gia. Cơ chế tác động: theo lý thuyết đồng tạo giá trị, quy trình sản xuất cần được "mở" (accessible) cho du khách tham gia, tạo điều kiện cho quá trình đồng tạo giá trị diễn ra. Kỹ thuật càng đặc sắc, quy trình càng cho phép du khách tham gia, thì trải nghiệm sáng tạo càng sâu sắc và có giá trị (Richards, 2020; Vũ Nam, 2024).

Giả thuyết H2: *Kỹ thuật và quá trình sáng tạo tác động cùng chiều (+) đến phát triển du lịch sáng tạo tại làng nghề truyền thống ở Ninh Thuận.*

Nhân tố 3: Con người sáng tạo (CN). Bao gồm thái độ và năng lực của nghệ nhân, sự hỗ trợ của cộng đồng địa phương, vai trò của doanh nghiệp sản xuất, và sự tham gia của chính quyền sở tại. Theo lý thuyết trao đổi xã hội (Ap, 1992), mức độ hỗ trợ và tham gia của các chủ thể phụ thuộc vào nhận thức về lợi ích - chi phí. Cơ chế tác động: nghệ nhân có kỹ năng truyền đạt tốt, cộng đồng có thái độ cởi mở và hỗ trợ, doanh nghiệp có năng lực tổ chức, và chính quyền có chính sách thuận lợi sẽ tạo ra "hệ sinh thái con người" thuận lợi cho du lịch sáng tạo phát triển (Vũ Nam, 2024; Richards, 2011).

Giả thuyết H3: *Con người sáng tạo tác động cùng chiều (+) đến phát triển du lịch sáng tạo tại làng nghề truyền thống ở Ninh Thuận.*

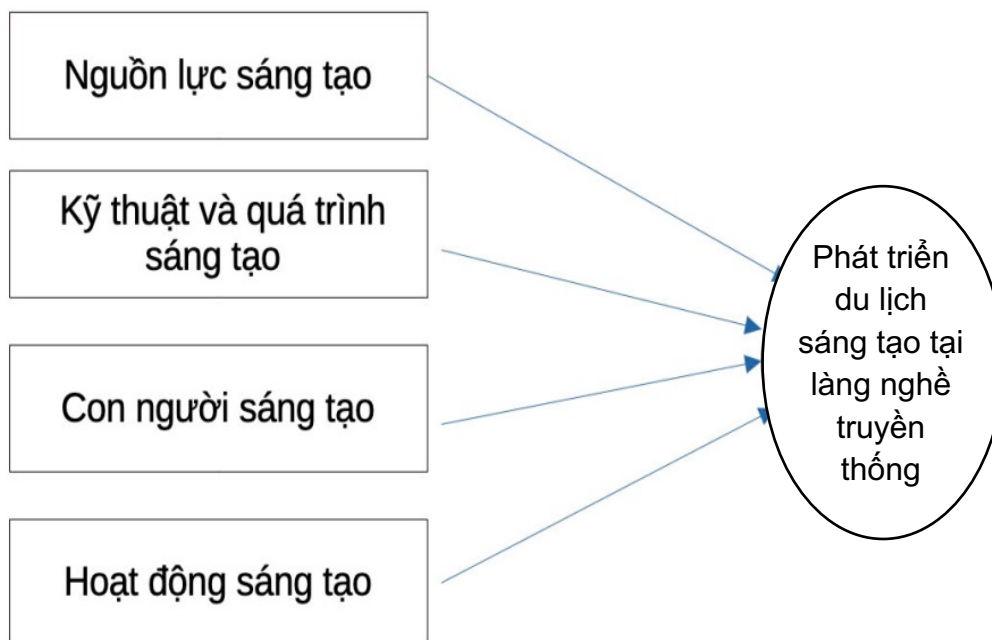
Nhân tố 4: Hoạt động sáng tạo (HD). Bao gồm các hoạt động du khách trực tiếp tham gia như: học làm gốm/dệt cùng nghệ nhân, xem biểu diễn kỹ thuật truyền thống, tham gia trang trí hoa văn, trò chuyện tìm hiểu văn hóa Chăm, tham gia lễ hội truyền thống, và trải nghiệm công nghệ số (ứng dụng AR/VR, digital storytelling).

Trong mô hình Richards (2011), đây tương ứng với "sáng tạo là hoạt động" (creativity as activity) - cốt lõi của du lịch sáng tạo. Cơ chế tác động: theo lý thuyết đồng tạo giá trị, hoạt động sáng tạo là "điểm gặp gỡ" (encounter point) giữa du khách và cộng đồng, nơi trải nghiệm được tạo ra thông qua tương tác trực tiếp. Hoạt động càng đa dạng, càng cho phép du khách phát huy tiềm năng sáng tạo, thì giá trị trải nghiệm càng cao (Binkhorst, 2007; Richards, 2020).

Giả thuyết H4: *Hoạt động sáng tạo tác động cùng chiều (+) đến phát triển du lịch sáng tạo tại làng nghề truyền thống ở Ninh Thuận.*

2.4.3. Mô hình nghiên cứu đề xuất

Từ nền tảng lý thuyết và các giả thuyết trên, luận án đề xuất mô hình các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch sáng tạo tại làng nghề truyền thống Ninh Thuận gồm bốn nhân tố độc lập (Nguồn lực sáng tạo, Kỹ thuật và quá trình sáng tạo, Con người sáng tạo, Hoạt động sáng tạo) tác động đến biến phụ thuộc (Phát triển du lịch sáng tạo tại làng nghề truyền thống).



Hình 2. 5. *Các nhân tố ảnh hưởng đến sự phát triển của du lịch sáng tạo tại làng nghề truyền thống Ninh Thuận*

Biến phụ thuộc "Phát triển du lịch sáng tạo tại làng nghề truyền thống" được đo lường theo nội hàm phát triển loại hình du lịch sáng tạo - bao gồm năng lực tổ chức trải nghiệm, mức độ đổi mới sáng tạo sản phẩm, khả năng tạo ra trải nghiệm mang dấu ấn cá nhân cho du khách, và mức độ hấp dẫn tổng thể của điểm đến du lịch sáng tạo. Cách đo lường này phân biệt rõ với đo lường "sự hài lòng" hay "lòng trung thành" của du khách (vốn phù hợp cho mô hình đánh giá chất lượng dịch vụ, không phải mô hình đánh giá phát triển loại hình).

Từ mô hình trên, dựa trên cơ sở lý thuyết về du lịch sáng tạo, nền tảng để phát triển du lịch sáng tạo tại làng truyền thống gồm Bàu Trúc, dệt Mỹ Nghiệp, có 4 nhân tố độc lập tác động lên sự phát triển du lịch sáng tạo.

Bảng 2. 4. Tóm tắt nghiên cứu đánh giá các nguồn lực phát triển du lịch sáng tạo

Các mục	Phạm vi nghiên cứu
Đối tượng nghiên cứu	Nghệ nhân: chủ thể của 2 làng nghề Quản lý: trưởng thôn, cán bộ du lịch địa phương, doanh nghiệp du lịch đưa khách đến. Khách tham quan: người tiêu dùng sáng tạo và trải nghiệm sáng tạo.
Vấn đề chính	Mối quan hệ giữa các nhân tố sáng tạo Mối quan hệ giữa các nhân tố sáng tạo đối với sự phát triển của du lịch sáng tạo làng nghề
Biến độc lập	Các nhân tố chia làm hai nhóm: sáng tạo là nền tảng và sáng tạo là hoạt động.
Biến phụ thuộc	Phát triển sản phẩm du lịch sáng tạo
Không gian nghiên cứu	Làng gồm Bàu Trúc, dệt Mỹ Nghiệp - Ninh Thuận
Cách thức sử dụng số liệu	Nghiên cứu được thực hiện từ Dữ liệu thứ cấp Dữ liệu sơ cấp

Nguồn: Tác giả tổng hợp

Bảng 2. 5. Cơ sở lý thuyết của việc thiết kế các yếu tố

Yếu tố	Mã hóa	Cơ sở lý thuyết	Cơ chế tác động
Nguồn lực sáng tạo	NL	Vũ Nam (2024), Lê Thu Hương, Phạm Văn Đại (2024), Nguyễn Minh Tuệ (2020) Phạm Trung Lương (2007) Bùi Nhật Quỳnh, Phạm Hồng Long (2024), Phạm Hùng (2017). Trần Đức Thanh và cộng sự (2022)	Cung cấp tài nguyên văn hóa, nghề truyền thống và tri thức bản địa làm nền tảng hình thành sản phẩm du lịch sáng tạo.
Kỹ thuật và quá trình sáng tạo	KT	Đào Minh Ngọc (2024) Vũ Nam (2024), Richards, G. & Wilson J., (2007), Trịnh Lê Anh (2014), Nguyễn Thu Thủy (2012), Lê Hoàng Anh (2021)	Tạo ra phương thức tổ chức trải nghiệm và chuyển hóa giá trị nghề truyền thống thành sản phẩm du lịch sáng tạo.
Con người sáng tạo	CN	Vũ Nam (2020), Sudirah (2019) và Pine và Gilmore (2011), Trần Thúy Anh và cộng sự (2014). Montuori (2011)	Nghệ nhân, cộng đồng và các chủ thể sáng tạo trực tiếp tạo ra giá trị trải nghiệm và truyền tải tri thức văn hóa.
Hoạt động sáng tạo	HD	Vũ Nam (2024), Lê Thu Hương, Phạm Văn Đại (2024) Smith (2015)	Các hoạt động trải nghiệm, tương tác và thực hành nghề giúp du khách tham gia vào quá trình sáng tạo và gia tăng giá trị trải nghiệm.

Nguồn: Tác giả tổng hợp

2.4.4. Thang đo và biến quan sát

Thang đo của luận án được xây dựng theo quy trình bốn bước: (i) kế thừa các thang đo từ nghiên cứu quốc tế và trong nước (Richards, 2011; Sudirah, 2019; Suhartanto, 2020; Vũ Nam, 2024); (ii) điều chỉnh theo bối cảnh đặc thù của làng nghề truyền thống Chằm tại Ninh Thuận thông qua phỏng vấn sâu nghệ nhân, cán bộ quản lý và du khách; (iii) thẩm định bởi chuyên gia (giảng viên, nhà nghiên cứu du lịch) về nội dung và hình thức; và (iv) khảo sát thử nghiệm (pilot test) để kiểm tra độ tin cậy sơ bộ trước khi điều tra chính thức.

Về biến phụ thuộc, luận án sử dụng các thang đo phản ánh trực tiếp nội hàm "phát triển du lịch sáng tạo" thay vì sử dụng thang đo sự hài lòng hay lòng trung thành. Cụ thể, biến phụ thuộc được đo lường qua các chỉ báo: (i) Các sản phẩm du lịch sáng tạo tại làng nghề thường xuyên được đổi mới; (ii) Các hoạt động du lịch cho phép du khách sáng tạo ra sản phẩm mang dấu ấn cá nhân; (iii) Làng nghề ngày càng thu hút nhiều du khách quan tâm đến du lịch sáng tạo; (iv) Du lịch sáng tạo tại làng nghề đang phát triển theo hướng bền vững. Cách đo lường này phù hợp hơn với tên đề tài "Nghiên cứu phát triển du lịch sáng tạo" và tránh nhầm lẫn với mô hình đánh giá sự hài lòng.

Bảng 2. 6. Cơ sở lý thuyết của việc thiết kế của việc thiết kế thang đo

STT	Yếu tố	Biến quan sát	Mã hóa	Cơ sở lý thuyết
1	Nguồn lực sáng tạo (bối cảnh sáng tạo)	Di sản văn hóa truyền thống đặc sắc	NL1	Chen (2022), Promnil Niramol (2022)
		Giá trị lịch sử	NL2	Pudong (2019), Pertywy (2022)
		Điều kiện tự nhiên, cảnh quan làng nghề	NL3	Chen (2022).
		Điều kiện kinh tế xã hội, an ninh chính trị	NL4	Markus (2014)

STT	Yếu tố	Biến quan sát	Mã hóa	Cơ sở lý thuyết
		Điều kiện cơ sở vật chất và hạ tầng, dịch vụ hỗ trợ du lịch	NL5	Nancy Duxbury (2019)
		Điều kiện nguồn nhân lực	NL6	Pudong (2019).
		Quảng bá, xúc tiến du lịch	NL7	Pertywy (2022), Gareth Butler, Christian M Rogerson (2018).
2	Kỹ thuật và quá trình sáng tạo	Nguồn nguyên liệu độc đáo	KT1	Richards (2005)
		Sản phẩm độc đáo, đa dạng và hấp dẫn	KT2	Richards (2005)
		Câu chuyện (truyền thuyết) về nguồn gốc làng nghề thú vị và độc đáo	KT3	Richards (2020)
		Tính xác thực của làng nghề (nguồn gốc) và quá trình sản xuất	KT4	Richards (2020)
		Phương pháp làm (từ khâu chuẩn bị đến hoàn thiện) đều làm hoàn toàn bằng thủ công	KT5	Richards (2020).
		Địa điểm và không gian được thiết kế kích thích sự sáng tạo	KT6	Richards (2020)

STT	Yếu tố	Biến quan sát	Mã hóa	Cơ sở lý thuyết
3	Con người sáng tạo (sự tham gia của cộng đồng)	Thái độ của người địa phương	CN1	Einali (2019), Richards (2013)
		Thái độ của nghệ nhân	CN2	Nina Mistriani (2018), Sudirah Sudirah (2019)
		Thái độ doanh nghiệp sản xuất	CN3	Wisudawati (2023), Jongwon (2015).
		Thái độ chính quyền sở tại	CN4	Zhou, L. (2023)
4	Hoạt động sáng tạo (sáng tạo là hoạt động-đồng tạo)	Hoạt động dạy cho du khách thực hiện	HĐ1	Richards (2006)
		Hoạt động làm thử gốm, làm vải của nghệ nhân	HĐ2	
		Hoạt động xem nghệ nhân biểu diễn	HĐ3	Susana Rachão (2014)
		Hoạt động cùng nghệ nhân tham gia làm hoạt tiết trang trí	HĐ4	Siow-Kian Tan (2013)
		Hoạt động trò chuyện giữa nghệ nhân và du khách	HĐ5	Sudirah Sudirah (2019) Nancy Duxbury (2021)
		Hoạt động triển lãm về làng gốm, làng dệt	HĐ6	
		Hoạt động công nghệ sáng tạo được sử dụng	HĐ7	Pierce Qiang Li (2021)
		Hoạt động mua sắm tại làng gốm, làng dệt	HĐ8	

STT	Yếu tố	Biến quan sát	Mã hóa	Cơ sở lý thuyết
		Thuyết minh viên tại điểm	HD9	Anita Zatori (2013).
5	Phát triển sản phẩm du lịch sáng tạo tại làng nghề truyền thống tại Ninh Thuận	Mong muốn tham gia nhiều hoạt động sáng tạo hơn nữa tại làng gốm Bàu Trúc, dệt Mỹ Nghiệp	PT1	
		Mức độ hấp dẫn của ddierm tham quan làng nghề	PT2	
		Mong muốn quay lại làng gốm Bàu Trúc, dệt Mỹ Nghiệp lần tới	PT3	

Nguồn: Tác giả tổng hợp

Tất cả các biến quan sát đều sử dụng thang đo Likert 5 bậc (từ 1 = Hoàn toàn không đồng ý đến 5 = Hoàn toàn đồng ý). Quá trình xây dựng và hiệu chỉnh thang đo được trình bày chi tiết tại phần phương pháp nghiên cứu (Chương 3).

Tiểu kết Chương 2

Chương 2 đã xây dựng nền tảng lý luận và thực tiễn toàn diện cho nghiên cứu, giải quyết các yêu cầu chỉnh sửa của Hội đồng đánh giá trên bốn phương diện:

Thứ nhất, chương đã hệ thống hóa và làm rõ các khái niệm cơ bản (loại hình du lịch, sản phẩm du lịch, du lịch sáng tạo, sản phẩm du lịch sáng tạo, phát triển du lịch sáng tạo) và đặc biệt phân biệt rõ ràng ba cặp khái niệm công cụ thường bị nhầm lẫn: du lịch sáng tạo vs. du lịch trải nghiệm, du lịch sáng tạo vs. sáng tạo sản phẩm thủ công, phát triển loại hình du lịch sáng tạo vs. phát triển sản phẩm du lịch sáng

tạo. Luận án xác định rõ tiếp cận phát triển du lịch sáng tạo ở cấp độ loại hình, duy trì nhất quán xuyên suốt.

Thứ hai, chương đã xác định năm nhóm điều kiện phát triển du lịch sáng tạo và năm đặc trưng riêng biệt của du lịch sáng tạo tại làng nghề truyền thống, tạo cơ sở cho việc xây dựng mô hình phù hợp với bối cảnh nghiên cứu.

Thứ ba, chương đã xây dựng khung lý thuyết trực tích hợp ba lý thuyết nền tảng (đồng tạo giá trị, trao đổi xã hội, mô hình Richards 2011), tổng hợp kinh nghiệm quốc tế (Nhật Bản, Hàn Quốc, Thái Lan, Bồ Đào Nha) và hệ thống chính sách Việt Nam, làm nền tảng cho đề xuất mô hình nghiên cứu.

Thứ tư, chương đã biện luận thuyết phục về mô hình đề xuất với bốn nhân tố và bốn giả thuyết nghiên cứu, trong đó mỗi nhân tố được giải thích về cơ chế tác động cụ thể. Đặc biệt, biến phụ thuộc đã được chuẩn hóa phản ánh đúng nội hàm "phát triển du lịch sáng tạo" thay vì đo lường sự hài lòng hay lòng trung thành. Thang đo được xây dựng theo quy trình bốn bước có tính hệ thống và minh bạch.

Những nền tảng lý luận và thực tiễn được xây dựng trong Chương 2 sẽ là căn cứ trực tiếp cho việc trình bày bối cảnh nghiên cứu và phương pháp nghiên cứu tại Chương 3.

Chương 3. BỐI CẢNH NGHIÊN CỨU VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

3.1. Bối cảnh nghiên cứu: Hai làng nghề truyền thống ở Ninh Thuận

3.1.1. Tổng quan về các làng nghề truyền thống ở Ninh Thuận

Ninh Thuận là tỉnh có nhiều làng nghề truyền thống hình thành và phát triển gắn liền với điều kiện tự nhiên và đời sống văn hóa, kinh tế của người dân bản địa, đặc biệt là cộng đồng người Chăm. Quá trình hình thành các làng nghề là sự tương tác giữa con người và môi trường, dựa trên việc tận dụng tài nguyên thiên nhiên sẵn có và được hun đúc bởi giá trị văn hóa qua hàng nghìn năm lịch sử.

Ninh Thuận có nhiều làng nghề đa dạng (chế biến hải sản, nước mắm, nho, táo...), tuy nhiên luận án lựa chọn hai làng nghề gồm Bàu Trúc và dệt Mỹ Nghiệp làm địa bàn nghiên cứu dựa trên bốn căn cứ: (i) Đây là hai làng nghề thủ công truyền thống tiêu biểu nhất của Ninh Thuận, gắn liền với di sản văn hóa Chăm có bề dày lịch sử hàng nghìn năm; (ii) Nghệ thuật làm gốm Bàu Trúc đã được UNESCO ghi danh vào Danh sách Di sản Văn hóa Phi vật thể cần Bảo vệ Khẩn cấp (2022), khẳng định giá trị di sản đặc biệt; (iii) Cả hai làng nghề đều lưu giữ kỹ thuật thủ công nguyên bản, không sử dụng máy móc, tạo nền tảng lý tưởng cho du lịch sáng tạo dựa trên tri thức ngầm (tacit knowledge); (iv) Hai làng nằm liền kề nhau tại thị trấn Phước Dân, huyện Ninh Phước, tạo thành quần thể di sản sống động, có khả năng liên kết thành tuyến du lịch sáng tạo tổng hợp.

Hai làng nghề này không chỉ mang giá trị vật chất mà còn là nơi kết tinh giá trị văn hóa và tinh thần. Đối với người Chăm, gốm Bàu Trúc mang ý nghĩa tâm linh sâu sắc, còn họa tiết trên thổ cẩm Mỹ Nghiệp phản ánh phong tục, tập quán và niềm tin tôn giáo. Kết quả nghiên cứu tại hai làng này có tính đại diện cho nhóm làng nghề thủ công truyền thống gắn với di sản văn hóa phi vật thể của đồng bào dân tộc thiểu số, tuy không thể khái quát hóa cho toàn bộ hệ thống làng nghề đa dạng của tỉnh - đây là giới hạn được luận án nhận thức rõ.

3.1.2. Làng gốm Bàu Trúc

3.1.2.1. Nguồn gốc, lịch sử và quá trình phát triển

Làng gốm Bàu Trúc (tiếng Chăm: Paley Hamu Trok), thuộc thị trấn Phước Dân, huyện Ninh Phước, Ninh Thuận, là một điểm đến mang đậm bản sắc văn hóa Chăm. Làng cách thành phố Phan Rang - Tháp Chàm 10 km về phía Nam, nằm ven Quốc lộ 1A, thuận tiện cho việc tiếp cận. Đây là một trong những làng nghề cổ nhất Đông Nam Á còn bảo lưu khá tốt truyền thống làm gốm hoàn toàn bằng thủ công, cùng với làng dệt Mỹ Nghiệp, tạo nên nét đặc trưng riêng biệt cho du lịch Ninh Thuận – tỉnh có cộng đồng người Chăm sinh sống đông đảo nhất cả nước. Tên gọi Bàu Trúc xuất phát từ việc làng dời về nơi cao ráo hơn sau trận lụt lớn năm 1964 (Giáp Thìn), nơi có ao lớn và nhiều trúc (Sakaya, 2001).

Làng gốm Bàu Trúc, theo địa danh Chăm là “Paley Hamu Trok”, có nghĩa là “Làng trứng nhô ra ở phần cuối triền sông” (Vương Minh Huệ và Nguyễn Thanh Kiều, 2009), tọa lạc tại trung tâm thị trấn Phước Dân, huyện Ninh Phước, Ninh Thuận, được ghi nhận là một trong những làng gốm cổ nhất Đông Nam Á vẫn còn duy trì hoạt động đến ngày nay.

Người Chăm Bàu Trúc tự nhận mình là con cháu của Pô Klong Chan, một quan cận thần của vua Chăm Pô Klong Garai (1151 – 1205). Theo họ kể, chính Po Klong Garai đã giúp dân Bàu Trúc thoát khỏi cảnh lâm than, đói khổ, đưa dân làng đến định cư ở cánh đồng “Hamu Trok” và dạy cho họ cách dùng đất sét để làm gốm. Do đó, người dân nơi đây coi Po Klong Garai là tổ sư của nghề gốm và lập hẳn miếu thờ Ngài. Nhờ tục “mẹ truyền con nối”, nghề gốm Bàu Trúc còn bảo lưu cho đến ngày nay (dẫn theo Vương Minh Huệ và Nguyễn Thanh Kiều, 2009). Người Chăm Bàu Trúc thuộc nhóm Chăm vùng núi và biển, ngày nay họ vẫn còn biểu hiện rõ nét trong tục cúng tế tổ tiên đồi núi và đồng biển (Atoucook và Atou tathiik) (Sakaya, 2001).

Lịch sử nghề gốm Bàu Trúc đã trải dài hàng ngàn năm, gắn liền với truyền thuyết về tổ nghề Po K’long Chank. Theo dân gian truyền tụng, hơn ngàn năm trước, ông Po K’long Chank đã từ chối làm quan để về làng dạy cho phụ nữ cách lấy đất,

nặn và nung thành các dụng cụ, vật trang trí. Để tỏ lòng biết ơn, người dân đã lập đền thờ và tổ chức cúng tế ông vào dịp lễ hội Katê hàng năm (khoảng cuối tháng 9 đến tháng 10 dương lịch). Sự tồn tại bền bỉ của nghề gốm Bàu Trúc, trong khi nhiều trung tâm gốm khác đã lụi tàn, khiến nơi đây được ví như một “hóa thạch sống” của truyền thống gốm Champa. Nghề gốm Bàu Trúc đã trải qua nhiều giai đoạn phát triển, từ quy mô tự cung tự cấp đến việc thích nghi với các yếu tố bên ngoài, bao gồm cả hiện đại hóa và du lịch.

Giai đoạn hình thành và truyền nghề trong cộng đồng: Ban đầu, hoạt động sản xuất gốm ở Bàu Trúc mang tính tự cung tự cấp, phục vụ nhu cầu sinh hoạt của cộng đồng và trao đổi hàng hóa với các làng nghề khác để lấy lương thực. Kỹ thuật và bí quyết làm gốm được lưu truyền qua các thế hệ một cách nội bộ, chủ yếu trong khuôn khổ gia đình. Đây là giai đoạn quan trọng trong việc hình thành và củng cố các kỹ thuật truyền thống, tạo nền tảng cho sự tồn tại của nghề.

Giai đoạn mở rộng sản xuất và giao thương: Khi nhu cầu về sản phẩm gốm tăng lên và khả năng tiếp cận thị trường được mở rộng, làng gốm Bàu Trúc bắt đầu sản xuất nhiều hơn và đa dạng hơn về chủng loại sản phẩm. Các sản phẩm gốm không chỉ phục vụ nhu cầu tại địa phương mà còn được đưa đi tiêu thụ ở các vùng lân cận. Giai đoạn này cho thấy sự phát triển của một thị trường nhỏ, giúp nghề gốm duy trì và nuôi sống cộng đồng.

Giai đoạn chịu ảnh hưởng của hiện đại hóa và du lịch: Cùng với sự phát triển chung của xã hội, làng nghề gốm Bàu Trúc cũng đối mặt với những thách thức. Hiệu quả kinh tế thấp của nghề truyền thống khiến một bộ phận người dân, đặc biệt là thế hệ trẻ, có xu hướng chuyển sang các ngành nghề khác có thu nhập cao hơn, dẫn đến nguy cơ mai một nghề truyền thống. Tuy nhiên, trong những năm gần đây, nghề gốm truyền thống của người Chăm làng Bàu Trúc đã được đưa vào danh mục Di sản Văn hóa Phi vật thể cấp Quốc gia. Việc công nhận này đã thu hút sự chú ý đáng kể, tạo động lực mới cho sự phát triển của nghề gốm tại làng. Những năm trở lại đây, sự xuất hiện của gốm mỹ nghệ đã tạo ra một bước ngoặt. Một số hộ gia đình đã thử nghiệm sản xuất gốm mỹ nghệ, nhận thấy lợi ích kinh tế lớn hơn so với gốm gia dụng truyền

thống. Gốm mỹ nghệ đã phát triển mạnh mẽ và trở thành một phần quan trọng, góp phần tạo nên diện mạo mới cho làng gốm Bàu Trúc, thể hiện khả năng thích ứng của làng nghề với thị hiếu đương đại.

3.1.2.2. Đặc trưng kỹ/nghệ thuật gốm Chăm Bàu Trúc - Những điểm khác biệt

Gốm Bàu Trúc có những đặc điểm kỹ thuật riêng biệt, khác biệt căn bản so với các truyền thống gốm sứ khác ở Việt Nam và khu vực. Việc nhận diện rõ những đặc trưng này có ý nghĩa trực tiếp đến đánh giá tiềm năng và thiết kế sản phẩm du lịch sáng tạo.

Về kỹ thuật tạo hình: Gốm Bàu Trúc là một trong số rất ít nơi trên thế giới còn duy trì kỹ thuật làm gốm hoàn toàn bằng tay, không sử dụng bàn xoay (wheel-less pottery). Người thợ gốm di chuyển giạt lùi quanh sản phẩm, dùng đôi tay "bắt" từng lọn đất sét lên tạo hình - phương pháp được gọi là "làm bằng tay, xoay bằng hông". Đây là điểm khác biệt cốt lõi so với gốm Bát Tràng (dùng bàn xoay), gốm Phù Lãng (dùng bàn xoay kết hợp tay), hay gốm sứ Nhật Bản (chủ yếu dùng bàn xoay). Kỹ thuật này tạo ra sản phẩm có dấu ấn cá nhân rõ rệt của từng nghệ nhân, không sản phẩm nào giống nhau hoàn toàn.

Về nguyên liệu và nung: Đất sét được lấy từ bờ sông Quao (gần làng), trộn với cát mịn theo tỷ lệ riêng của từng gia đình. Gốm Bàu Trúc sử dụng phương pháp nung lộ thiên (open-air firing), không dùng lò kín, ở nhiệt độ khoảng 600-800°C. Đây là phương pháp nung nguyên thủy, khác biệt hoàn toàn so với gốm Bát Tràng, Phù Lãng (nung lò kín, nhiệt độ 1000-1300°C) hay gốm Arita, Bizen Nhật Bản (nung lò rỗng/lò anagama). Phương pháp nung lộ thiên tạo ra hiệu ứng màu sắc tự nhiên - vàng đỏ, đỏ hồng, nâu, đen xám - độc nhất vô nhị, không thể kiểm soát hoàn toàn, mỗi mẻ nung là một lần sáng tạo.

Về trang trí và ý nghĩa văn hóa: Hoa văn trên gốm Bàu Trúc chủ yếu được khắc, in trực tiếp bằng tay hoặc dùng công cụ đơn giản (vỏ sò, que tre). Các họa tiết phản ánh vũ trụ quan Chăm, hình ảnh thần Hindu (Shiva, Brahma), tháp Chăm, biểu tượng nữ thần Apsara. Điều này khác với gốm Bát Tràng (hoa văn vẽ men, in khuôn), gốm Nhật Bản (men tro tự nhiên, wabi-sabi). Gốm Bàu Trúc không sử dụng men màu

công nghiệp mà chỉ dùng đá cuội đánh bóng bề mặt (burnishing technique) - một kỹ thuật có từ thời tiền sử.

Về vai trò giới và tổ chức sản xuất: Nghề gốm Bàu Trúc là nghề của phụ nữ - khác biệt căn bản so với hầu hết các truyền thống gốm khác trên thế giới (nam giới thường là thợ gốm chính). Kỹ thuật được truyền theo dòng mẹ (matrilineal), phù hợp với chế độ mẫu hệ của người Chăm. Đặc điểm này tạo nên trải nghiệm du lịch sáng tạo độc đáo: du khách được hướng dẫn bởi chính các nữ nghệ nhân trong không gian gia đình truyền thống.

3.1.2.3. Thực trạng và tiềm năng du lịch sáng tạo tại Bàu Trúc

Làng gốm Bàu Trúc, với những giá trị văn hóa và kỹ thuật độc đáo, không chỉ là một di sản mà còn là một điểm đến đầy tiềm năng cho ngành du lịch, đặc biệt trong bối cảnh du lịch sáng tạo đang phát triển mạnh mẽ.

Làng gốm Bàu Trúc sở hữu những yếu tố độc đáo hiếm có, là nền tảng vững chắc cho du lịch sáng tạo. Tính độc đáo và bản sắc văn hóa hấp dẫn du khách thể hiện qua kỹ thuật làm gốm thủ công không dùng bàn xoay, đây là “độc chiêu” duy nhất ở Việt Nam và hiếm có trên thế giới, thu hút sự tò mò và mong muốn khám phá của du khách muốn tìm hiểu sâu về quy trình thủ công truyền thống. Việc làng nghề được UNESCO công nhận là Di sản văn hóa phi vật thể cần bảo vệ khẩn cấp cũng nâng tầm giá trị của làng nghề, tạo động lực để phát triển các sản phẩm du lịch có chiều sâu văn hóa. Mỗi sản phẩm gốm Bàu Trúc là một tác phẩm “độc bản”, được tạo tác từ nguyên liệu tự nhiên và nung lộ thiên, mang vẻ đẹp mộc mạc, gần gũi với thiên nhiên, thu hút những người yêu nghệ thuật và sự khác biệt. Hơn nữa, gốm gắn liền với đời sống tâm linh, tín ngưỡng, các lễ hội và hoa văn mang đậm bản sắc Chăm, tạo nên một câu chuyện văn hóa hấp dẫn để du khách khám phá và đồng sáng tạo.

Trong những năm gần đây, du khách ngày càng có xu hướng tìm kiếm những chuyến đi không chỉ dừng lại ở việc tham quan mà còn mong muốn được hòa mình vào đời sống địa phương, được trải nghiệm và khám phá. Làng gốm Bàu Trúc hoàn toàn đáp ứng được nhu cầu này. Du khách có thể tận mắt chứng kiến quy trình làm gốm, thậm chí tự tay nắn đất để tạo ra sản phẩm của riêng mình. Sự hiếu khách, chân

chất của người Chăm Bàu Trúc, sẵn sàng hướng dẫn du khách mà không yêu cầu chi phí, càng làm tăng thêm thiện cảm và sự gần gũi. Tiềm năng du lịch của làng còn được nâng cao khi nó có thể dễ dàng kết nối với các di sản và điểm du lịch nổi tiếng khác của Ninh Thuận như tháp Pô Klong Garai hùng vĩ, vườn nho Ba Mọi xanh mướt hay làng dệt thổ cẩm Mỹ Nghiệp rực rỡ, tạo thành một tuyến du lịch tổng thể, đa dạng và hấp dẫn.

Làng gốm Bàu Trúc, dù mang nhiều tiềm năng, vẫn phải đối mặt với một số thách thức trong việc phát triển du lịch. Các vấn đề chính bao gồm năng lực phục vụ du lịch chưa đồng bộ, từ kỹ năng nhân lực đến hạ tầng. Ngoài ra, sản phẩm và trải nghiệm du lịch còn đơn điệu, chưa thực sự tạo được sự độc đáo và chiều sâu cho du khách. Thêm vào đó, có một sự mất cân bằng nhất định giữa việc bảo tồn giá trị truyền thống và các hoạt động thương mại hóa, tiềm ẩn nguy cơ làm mai một bản sắc. Cuối cùng, thiếu một chiến lược phát triển du lịch dài hạn và đồng bộ cũng là một hạn chế lớn, ảnh hưởng đến sự phát triển bền vững của làng nghề.

Nét độc đáo của nghề làm gốm nơi đây nằm ở phương pháp thủ công chứa đựng tính nghệ thuật cao. Khác biệt với nhiều nơi sử dụng bàn xoay, các nghệ nhân gốm Chăm Bàu Trúc vẫn dùng đôi tay khéo léo để tạo nên những tác phẩm tuyệt vời. “Công nghệ” làm gốm gần như không thay đổi từ xưa đến nay, với điểm đặc biệt là người thợ di chuyển vòng quanh khối đất để tạo hình sản phẩm. Qua đôi bàn tay thoăn thoắt vờ, miết khối đất của nghệ nhân, những chiếc bình, lọ dần hình thành mang vẻ đẹp mộc mạc và độc đáo. Nguyên liệu chính là đất sét được lấy tại chỗ, đặc biệt từ vùng sông Quao, được pha với cát có chứa nhiều sa khoáng, tạo nên màu sắc vàng đỏ, đỏ hồng, nâu, đen xám đặc trưng và những đốm vàng lấp lánh khi nung. Kỹ thuật nung gốm lộ thiên (ngoài trời) bằng củi, rơm, trấu ở nhiệt độ khoảng 600-800 độ C cũng góp phần tạo nên nét riêng biệt cho sản phẩm Bàu Trúc.

Các sản phẩm gốm Bàu Trúc rất đa dạng, từ gốm gia dụng truyền thống phục vụ sinh hoạt (như lu, bếp, nồi, chum, vại) đến gốm mỹ nghệ mới phát triển. Gốm mỹ nghệ bao gồm bình hoa, hộp đèn, bình trang trí, tượng các vị thần Bàlamôn giáo hay nữ thần Apsara, thể hiện sự sáng tạo và thích ứng của cộng đồng với nhu cầu thị

trường hiện đại. Nghề gôm, vốn được truyền từ mẹ sang con và chủ yếu do phụ nữ đảm nhiệm, nay đã có sự tham gia tích cực hơn của nam giới trong các công đoạn. Ước tính khoảng 80% trong hơn 400 hộ gia đình của làng đều tham gia làm gôm, với mỗi hộ thường là một xưởng nhỏ, thể hiện sự gắn bó sâu sắc của cộng đồng với nghề (Trần Thanh Sơn, 2023).

Bản sắc văn hóa Chăm đậm nét là yếu tố thu hút du khách mạnh mẽ nhất của làng gôm Bàu Trúc. Du khách đến đây không chỉ được chiêm ngưỡng quy trình làm gôm độc đáo mà còn có thể trải nghiệm tự tay tạo ra sản phẩm. Làng là nơi bảo tồn và thể hiện sống động văn hóa Chăm qua các lễ hội, tín ngưỡng, nghệ thuật dân ca và múa Chăm (như múa Apsara, tiếng trống Ghi-năng, kèn Saranai), cùng ẩm thực truyền thống phong phú. Sự thân thiện, hiếu khách của người dân Bàu Trúc cũng là một yếu tố quan trọng, tạo cảm giác gần gũi và chân thực.

Ngày 20/10/2017, Ủy ban nhân dân Ninh Thuận tổ chức Lễ công bố và đón nhận “Nghệ thuật làm gôm truyền thống của người Chăm làng Bàu Trúc” được đưa vào danh mục Di sản Văn hóa Phi vật thể quốc gia”. Một dấu mốc lịch sử đặc biệt hơn nữa là vào tối ngày 29/11/2022, nghệ thuật làm gôm Bàu Trúc của người Chăm chính thức được UNESCO ghi danh vào Danh sách di sản văn hóa phi vật thể cần bảo vệ khẩn cấp.

Làng gôm Bàu Trúc là một điểm đến du lịch văn hóa quan trọng của Ninh Thuận, sở hữu tiềm năng to lớn từ di sản văn hóa Chăm độc đáo, nghề gôm cổ truyền, và con người thân thiện. Tuy nhiên, việc khai thác và phát huy tiềm năng này vẫn còn gặp nhiều bất cập và đòi hỏi các giải pháp đồng bộ, sáng tạo để chuyển đổi từ mô hình du lịch truyền thống sang du lịch sáng tạo một cách hiệu quả và bền vững.

3.1.3. Làng dệt Mỹ Nghiệp

3.1.3.1. Nguồn gốc, lịch sử và quá trình phát triển

Làng dệt Mỹ Nghiệp (tiếng Chăm: Paley Caklaing) là một trong hai làng nghề truyền thống nổi tiếng nhất của Ninh Thuận, thuộc thị trấn Phước Dân, huyện Ninh Phước, đóng vai trò then chốt trong việc định hình bản sắc văn hóa Chăm của địa

phương. Nằm liền kề với làng gốm Bàu Trúc, cả hai làng nghề này cùng nhau tạo thành một quần thể di sản sống động, cách trung tâm thành phố Phan Rang - Tháp Chàm khoảng 10-12 km về phía Nam. Mỹ Nghiệp không chỉ là một điểm tham quan hấp dẫn của xứ “Nắng như Phan, gió như Rang” mà còn là địa bàn lý tưởng để nghiên cứu về sự duy trì và phát triển của các giá trị văn hóa truyền thống trong bối cảnh hiện đại. Lịch sử nghề dệt tại Mỹ Nghiệp là minh chứng cho sự trường tồn của một di sản văn hóa. Mặc dù các nguồn thông tin về tổ nghề có sự đa dạng, tất cả đều khẳng định tính lâu đời và sự kế thừa liên tục của nghề dệt thổ cẩm. Từ mục đích ban đầu phục vụ nhu cầu sinh hoạt và nghi lễ, nghề dệt Mỹ Nghiệp đã trải qua những giai đoạn thăng trầm. Tuy nhiên, sau năm 1975, đặc biệt từ năm 1985 và trong hai thập kỷ gần đây, làng nghề đã chứng kiến sự hồi sinh mạnh mẽ. Sự phục hồi này có được nhờ vào các chính sách hỗ trợ của chính quyền Ninh Thuận trong công tác bảo tồn, đầu tư cơ sở hạ tầng và quảng bá sản phẩm.

Làng dệt Mỹ Nghiệp là một minh chứng sống động cho lịch sử và văn hóa lâu đời của người Chăm tại Ninh Thuận. Sự hình thành của làng nghề này được ghi nhận từ thế kỷ VI, gắn liền mật thiết với quá trình phát triển của cộng đồng Chăm trên mảnh đất này. Theo lời kể truyền miệng từ các nghệ nhân, nghề dệt thổ cẩm đã xuất hiện tại Mỹ Nghiệp từ khoảng thế kỷ X, khẳng định chiều dài lịch sử và giá trị di sản của làng nghề. Ông tổ nghề dệt được truyền tụng là ông Sha Mú Cha Leng và bà Xa (cũng được ghi nhận là Ông Xa và bà Chaleng), những người đã đến làng, sáng tạo và truyền nghề cho con cháu đời sau (Sakaya, 2003). Nhờ công lao của họ mà những tinh hoa của nghề dệt thủ công được bảo tồn và phát triển cho đến ngày nay. Mỹ Nghiệp không chỉ là cái nôi của nghề dệt thổ cẩm của đồng bào Chăm mà còn được coi là một trong những làng nghề cổ nhất Đông Nam Á, sánh ngang với làng gốm Bàu Trúc. Dù vậy, cho đến nay, các nhà nghiên cứu vẫn chưa thể xác định rõ ràng quá trình hình thành và phát triển chi tiết của nghề dệt vải người Chăm trong lịch sử.

Về nguồn gốc dân cư, các nhà nghiên cứu vẫn chưa xác định được chính xác nguồn gốc di cư của cư dân Mỹ Nghiệp. Mặc dù có nhiều truyền thuyết, trong đó có việc cư dân tự nhận mình là con cháu của vua Chăm Po Klaung Girai (thế kỷ XII),

được minh chứng bằng các di tích địa phương như Patav ateh, Patav dar thok, Phun ok, nhưng tính khoa học của những câu chuyện này còn hạn chế. Làng Mỹ Nghiệp, tương tự nhiều làng Chăm khác, trải qua những biến động trong lịch sử, đặc biệt trong thời kỳ chiến tranh giữa Champa và Đại Việt dưới thời Minh Mạng, khiến người Chăm phải ly tán và sau đó quay về đồng bằng định cư (Sakaya, 2003).

Làng Mỹ Nghiệp hình thành từ sự hợp cư của một vài tộc họ nhỏ lẻ tại Tanuk Blwak, sau đó di chuyển và hội tụ với các cư dân khác tại các ngã tư đường. Qua nhiều giai đoạn, làng đã phát triển thành một cộng đồng đông dân. Sự hiện diện của các di tích và hệ thống Kút thờ tự của nhiều tộc họ khác nhau (Chăm, Kinh, Raglai) cho thấy Mỹ Nghiệp là nơi hội tụ văn hóa đa dạng, mang dấu ấn lịch sử lâu đời. Làng còn có dấu ấn văn hóa biển, thể hiện qua các truyền thuyết về nguồn gốc từ biển và sự hiện diện của đền thờ thần Sóng biển (Po Riyak).

Nghề dệt ở làng Mỹ Nghiệp chủ yếu được lưu truyền qua các thế hệ theo hình thức truyền thống “mẹ truyền con nói”. Người phụ nữ Chăm, qua bao đời, đã nắm giữ những bí quyết đặc biệt để tạo ra các sản phẩm dệt thổ cẩm thủ công tinh xảo. Từ Mỹ Nghiệp, công nghệ dệt này đã lan tỏa và được tiếp thu ở nhiều ngôi làng Chăm khác như Hữu Đức, Chung Mỹ, Văn Lâm, và thậm chí cả những làng Chăm ở tỉnh Bình Thuận, chứng tỏ vai trò trung tâm của Mỹ Nghiệp trong việc phát triển nghề dệt của người Chăm.

Trong những năm gần đây, làng dệt Mỹ Nghiệp đã có những chuyển mình đáng kể để thích ứng và phát triển trong bối cảnh xã hội hiện đại. Sản phẩm thổ cẩm không chỉ dừng lại ở việc may trang phục truyền thống mà còn được ứng dụng rộng rãi để tạo ra các mặt hàng thời trang và phụ kiện mang tính cá tính như khăn quàng, túi xách, ba lô, hộp bút, và ví. Thổ cẩm Mỹ Nghiệp đang dần trở thành nguồn cảm hứng cho các nhà thiết kế thời trang hiện đại, mở ra những hướng đi mới cho sản phẩm truyền thống. Đặc biệt, hiện nay không chỉ người lớn tuổi mà nhiều người trẻ sau khi tốt nghiệp đại học, cao đẳng cũng đã chọn trở về làng để nối nghiệp. Họ không ngừng cải tiến, sáng tác ra nhiều mẫu mã mới để đáp ứng thị hiếu đa dạng của người dùng và chủ động mở các cơ sở kinh doanh, tiếp cận thị trường thông qua công nghệ

hiện đại. Những nỗ lực này đã giúp Mỹ Nghiệp củng cố vị thế là một trong hai hoặc ba làng nghề nổi tiếng nhất của Ninh Thuận.

3.1.3.2. Đặc trưng kỹ/nghệ thuật dệt Chăm Mỹ Nghiệp - Những điểm khác biệt

Nghề dệt thổ cẩm Mỹ Nghiệp có những đặc trưng kỹ thuật và văn hóa riêng biệt, phân biệt rõ ràng với các truyền thống dệt thủ công khác ở Việt Nam (dệt lụa Vạn Phúc, dệt thổ cẩm Tây Bắc) và khu vực (dệt lụa Thái Lan, batik Indonesia).

Về công cụ và kỹ thuật: Nghề nhàn Mỹ Nghiệp sử dụng khung dệt gỗ truyền thống (back-strap loom và frame loom), không dùng máy móc hiện đại. Hai loại khung chính: khung dệt dài cho vải khổ hẹp/dây và khung ngồi có đai vòng qua lưng cho vải khổ rộng. Phương pháp "mẹ truyền con nối" duy trì sự khéo léo và tỉ mỉ qua nhiều thế hệ. Điểm khác biệt so với dệt lụa Vạn Phúc (sử dụng khung cửi Jacquard cải tiến) hay dệt Thái Lan (nhiều nơi đã chuyển sang máy dệt bán công nghiệp) là Mỹ Nghiệp giữ nguyên toàn bộ quy trình thủ công.

Về hệ thống hoa văn: Thổ cẩm Mỹ Nghiệp có hơn 30 loại hoa văn đa dạng, được trang trí đối xứng, phản ánh vũ trụ quan, triết lý âm dương và đời sống xã hội Chăm. Các họa tiết bao gồm: thực vật (hoa Champa, cây cau), động vật (rồng, chim công, voi), hình học (tam giác, hình thoi - biểu tượng âm dương), và đồ vật thiêng (tháp Chàm, Linga-Yoni). Thông qua hoa văn, có thể phân biệt giới tính, giai cấp xã hội, mục đích sử dụng của sản phẩm. Đây là hệ thống "ngôn ngữ thị giác" mang chiều sâu văn hóa - tâm linh, khác biệt cơ bản so với hoa văn trang trí đơn thuần trên thổ cẩm nhiều vùng khác.

Về vai trò giới: Tương tự gốm Bàu Trúc, dệt Mỹ Nghiệp là nghề của phụ nữ Chăm, gắn liền với chế độ mẫu hệ. Kỹ thuật dệt không chỉ là kỹ năng nghề nghiệp mà còn là phần quan trọng trong quá trình giáo dục, trưởng thành của phụ nữ Chăm. Đặc điểm này tạo nên chiều sâu văn hóa đặc biệt cho trải nghiệm du lịch sáng tạo.

3.1.3.3. Thực trạng và tiềm năng du lịch sáng tạo tại Mỹ Nghiệp

Làng dệt Mỹ Nghiệp đã trở thành một điểm tham quan du lịch hấp dẫn tại Ninh Thuận, thường được tích hợp vào các tuyến tham quan cùng tháp Po Klong Garai và

làng gồm Bàu Trúc. Lượng khách tham quan làng nghề ngày càng tăng nhờ chất lượng sản phẩm được nâng cao và mẫu mã đa dạng hơn, phản ánh nét độc đáo trong việc duy trì cách dệt thủ công truyền thống của người dân.

Ngoài giá trị nghề nghiệp, Mỹ Nghiệp còn là một trung tâm văn hóa Chăm sống động. Du khách không chỉ được quan sát quy trình dệt mà còn có cơ hội trải nghiệm trực tiếp, tương tác với các nghệ nhân. Tiếng khung dệt hòa quyện với nhịp sống bình yên của làng tạo nên một không gian chân thực và độc đáo. Cộng đồng Chăm tại Mỹ Nghiệp vẫn kiên trì gìn giữ bản sắc văn hóa qua việc sử dụng trang phục thổ cẩm trong đời sống hàng ngày và các lễ hội quan trọng. Làng còn được biết đến là “đất học”, nơi những thế hệ con cháu thành tài được nuôi dưỡng từ thành quả lao động của nghề dệt. Đáng chú ý, sự tham gia của thế hệ trẻ vào việc nối nghiệp, đổi mới mẫu mã và phát triển kênh bán hàng trực tuyến đã mang lại động lực mới, định hình hướng phát triển bền vững cho làng nghề trong tương lai. Sự hỗ trợ từ chính quyền địa phương trong việc bảo tồn và kết nối làng nghề với thị trường hiện đại cũng là yếu tố then chốt, củng cố vị thế của Mỹ Nghiệp như một điểm đến du lịch văn hóa sáng tạo.

Tiềm năng phát triển du lịch sáng tạo tại Mỹ Nghiệp là rất lớn, dựa trên khả năng mang đến cho du khách những trải nghiệm sâu sắc về văn hóa và sản xuất truyền thống. Du khách không chỉ được chứng kiến trực tiếp những đôi bàn tay điêu luyện của nghệ nhân trên khung dệt, mà còn được tạo điều kiện để trực tiếp tiếp cận quy trình sản xuất sản phẩm. Họ có cơ hội lắng nghe những câu chuyện xung quanh nghề dệt từ các nghệ nhân gắn bó lâu năm, giúp họ hiểu sâu hơn về giá trị tinh thần và lịch sử của nghề. Quan trọng nhất, du khách có thể thực hành và trở thành “nghệ nhân” khi tự tay làm nên những sản phẩm thổ cẩm dưới sự hướng dẫn, từ đó mang lại cảm giác quý giá và trân trọng hơn đối với các sản phẩm thủ công. Việc làng nghề gắn liền với đời sống kinh tế, văn hóa, xã hội và tín ngưỡng của người Chăm cũng tạo điều kiện để du khách hòa mình vào không gian văn hóa Chăm một cách chân thực. Sự tương tác trực tiếp với cộng đồng địa phương và các nghệ nhân được coi là “lời quảng cáo chân thành nhất về văn hóa dân tộc Chăm”. Sau trải nghiệm, du khách có

thể mua sắm các sản phẩm thổ cẩm độc đáo làm quà lưu niệm, từ trang phục truyền thống đến các vật dụng hiện đại như túi xách, ví, thể hiện sự sáng tạo và ứng dụng của thổ cẩm trong đời sống đương đại.

Làng dệt Mỹ Nghiệp, với bề dày lịch sử, sự độc đáo trong kỹ thuật dệt thủ công, hệ thống hoa văn ý nghĩa, và cộng đồng người Chăm gắn kết, đại diện cho một di sản văn hóa sống động và có giá trị cao. Việc bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống tại đây không chỉ góp phần vào sự phát triển kinh tế - xã hội địa phương mà còn là một minh chứng cho khả năng duy trì bản sắc dân tộc trong bối cảnh hiện đại. Làng nghề này là một điển hình cho tiềm năng phát triển gắn liền với các giá trị văn hóa cốt lõi.

3.1.4. Liên kết hai làng nghề trong hệ sinh thái du lịch Ninh Thuận

Làng gốm Bàu Trúc và làng dệt Mỹ Nghiệp nằm cách nhau chỉ khoảng 2 km, cùng thuộc thị trấn Phước Dân, huyện Ninh Phước, tạo điều kiện thuận lợi cho việc liên kết thành tuyến du lịch sáng tạo tổng hợp. Sự bổ trợ giữa hai làng nghề thể hiện ở nhiều khía cạnh: (i) sự khác biệt về vật liệu (đất sét vs. sợi dệt) tạo sự đa dạng trong trải nghiệm sáng tạo; (ii) cùng thuộc văn hóa Chăm nhưng thể hiện qua hai hình thức di sản khác nhau, tạo chiều sâu tổng thể; (iii) cùng được bảo tồn bởi cộng đồng Chăm theo chế độ mẫu hệ, với phụ nữ là chủ thể sáng tạo chính.

Trong chuỗi giá trị du lịch sáng tạo Ninh Thuận, hai làng nghề có thể được liên kết với các điểm du lịch văn hóa khác: tháp Po Klong Garai (di tích kiến trúc Chăm, cách 8 km), tháp Hòa Lai (di tích quốc gia đặc biệt, cách 15 km), và các điểm du lịch biển (Ninh Chữ, Bình Tiên), du lịch nông nghiệp (vườn nho, vườn táo). Sự liên kết này tạo nên hệ sinh thái du lịch đa dạng, trong đó du lịch sáng tạo tại làng nghề đóng vai trò điểm nhấn văn hóa, bổ trợ cho du lịch biển và sinh thái - hai thế mạnh truyền thống của Ninh Thuận.

3.2. Phương pháp nghiên cứu

3.2.1. Tiếp cận nghiên cứu và thiết kế tổng thể

Luận án sử dụng phương pháp nghiên cứu hỗn hợp (mixed methods), kết hợp nghiên cứu định tính và định lượng theo thiết kế tuần tự giải thích (sequential explanatory design): giai đoạn 1 - nghiên cứu định tính (phỏng vấn sâu) nhằm khám phá bối cảnh, xây dựng và hiệu chỉnh thang đo; giai đoạn 2 - nghiên cứu định lượng (khảo sát bảng hỏi) nhằm kiểm định mô hình và giả thuyết; giai đoạn 3 - nghiên cứu định tính bổ sung (phỏng vấn du khách) nhằm giải thích, minh họa và kiểm chứng các phát hiện định lượng. Ngoài ra, phương pháp phân tích tài liệu và nghiên cứu trường hợp được sử dụng xuyên suốt.

Sự kết hợp này tạo nên phương pháp tam giác đặc (triangulation), giúp tăng cường tính tin cậy và giá trị của kết quả nghiên cứu. Dưới đây là ma trận liên kết giữa câu hỏi nghiên cứu, phương pháp, dữ liệu và vị trí kết quả trong luận án:

Bảng 3. 1. Ma trận liên kết câu hỏi nghiên cứu - phương pháp - kết quả

Câu hỏi/Giả thuyết	Dữ liệu	Kỹ thuật phân tích	Tiêu chí	Vị trí kết quả
Xu hướng nghiên cứu DLST trên thế giới?	597 bài báo WoS + Scopus	Trắc lượng thư mục: VOSviewer, Bibliometrix	Mạng lưới từ khóa, cụm chủ đề, xu hướng	Mục 1.1 (Chương 1)
Thực trạng DLST tại Bà Rịa, Mỹ Nghiệp?	37 người PVS (3 nhóm)	Phân tích nội dung, mã hóa chủ đề	Bảo hòa lý thuyết, đa nguồn kiểm chứng	Mục 4.3 (Chương 4)
H1-H4: Các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển DLST?	268 phiếu du khách hợp lệ	Cronbach Alpha → EFA → Pearson → Hồi quy đa biến	$\alpha \geq 0.6$; $KMO \geq 0.5$; Factor loading ≥ 0.5 ; Sig. < 0.05 ; VIF < 10	Mục 4.2, 4.4 (Chương 4)

Khác biệt đánh giá theo nhóm du khách?	268 phiếu	T-Test, ANOVA	Sig.<0.05	Mục 4.5 (Chương 4)
Giải thích kết quả định lượng qua bối cảnh?	20 du khách PVS + case study	Phân tích tương đương, trích dẫn minh họa	Tam giác đặc với dữ liệu định lượng	Mục 4.4 (Chương 4)

(Nguồn: Tác giả xây dựng)

3.2.2. Phương pháp phân tích tài liệu

Luận án sử dụng một số tài liệu có liên quan như: sử dụng bao gồm các bài viết từ tạp chí khoa học, sách báo du lịch có liên quan đến quy hoạch và nghiên cứu du lịch, ấn phẩm của các cơ quan quốc gia và quốc tế, internet và các báo cáo khảo sát. Ở giai đoạn đầu của nghiên cứu, nghiên cứu sử dụng tài liệu thứ cấp từ tài liệu được cung cấp từ Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch, Ủy ban nhân dân Ninh Thuận - đã cung cấp những thông tin cơ bản hữu ích góp phần vào nghiên cứu. Tuy nhiên, tài liệu nghiên cứu về du lịch sáng tạo để phát triển làng nghề chưa có nhiều, đó là lý do chính nghiên cứu được thực hiện.

Mục tiêu của phương pháp phân tích tài liệu:

- Xác định các xu hướng nghiên cứu chính, các chủ đề nổi bật và các hướng phát triển tiềm năng trong lĩnh vực du lịch sáng tạo và du lịch làng nghề truyền thống.
- Nhận diện các tác giả, tạp chí, tổ chức, và quốc gia có ảnh hưởng lớn nhất trong lĩnh vực này, từ đó đánh giá mạng lưới hợp tác và các trung tâm nghiên cứu trọng điểm.
- Phân tích cấu trúc tri thức thông qua các mối quan hệ đồng trích dẫn, đồng xuất hiện từ khóa, và liên kết tác giả, nhằm phát hiện các cụm chủ đề chính và các lý thuyết nền tảng.
- Chỉ ra các khoảng trống nghiên cứu hiện có trong tài liệu khoa học, đặc biệt là về du lịch sáng tạo trong 3 năm trở lại đây. Theo thống kê của Dimensions AI, có đến 217.652 nghiên cứu về du lịch sáng tạo tính đến thời điểm hiện tại; tuy nhiên, các nghiên cứu trắc lượng thư mục chuyên sâu về du lịch sáng tạo trong 3 năm gần nhất vẫn còn hạn chế.

Bảng 3. 2. Thống kê các nghiên cứu về Du lịch sáng tạo trên trang Dimensions

AI

Name Fields of Research (ANZSRC 2020) code	Publications	Citations	Citations mean
Human Society 44	48,101	683,532	14.21
Commerce, Management, Tourism and services 35	23,678	301,801	12.75
Language, Communication and Culture 47	19,122	264,204	13,82
History, Heritage and Archaeology 43	17,140	121,606	7,09
Human Geography 4406	12,370	228.042	18.44
Tourism	11,757	141,026	12.00

(Tác giả thống kê và truy cập 2024)

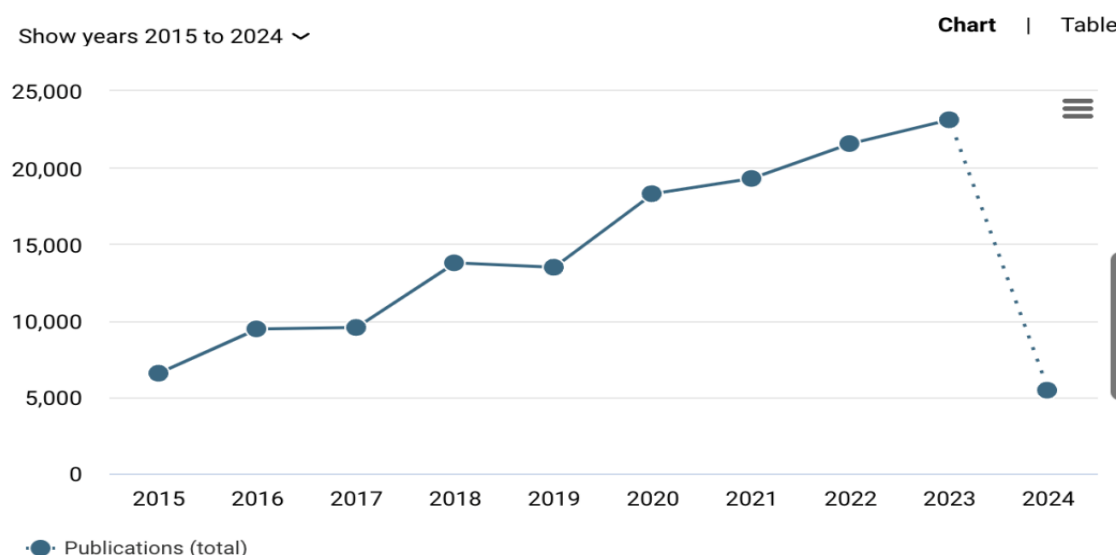
Bảng 3. 3. Thống kê các nghiên cứu về Du lịch sáng tạo trên trang Dimensions

AI

Name	Publication	Citations	Citations mean
Andreja Pucihar University of Maribor, Slovenia	162	686	4.23
Roger W H Bons	154	672	4.36
Iztok Podbregar	138	21	0.15
Roger J R Levesque	134	31	0.23
Mirjana Kljajic Borstnar	114	546	0,23
Polona Šprajc	107	16	0.15
Pascal Ravesteijn	105	590	5.62
Olja Arsenijević	101	16	0.16
Greg W Richards	99	16	0.16

Chris Gibson	98	16	0.16
Andrea Pieroni	43	1119	26.02
Christian Myles Rogerson	41	1235	30.12
Tan Yigitcanlar	34	1239	36.44
Greg W Richards	29	1369	47.21
Chris Gibson	25	1375	55.00
Ilan Kelman	23	1180	5130
Tobias Plieninger	18	1827	10150
Tobias Plieninger	18	1827	10150
Tim Edensor	18	1093	60.72

(Tác giả tổng hợp và truy cập năm 2024)



Hình 3. 1. Biểu đồ nghiên cứu về du lịch sáng tạo từ năm 2015 đến năm 2023

(Tác giả tổng hợp năm 2024)

Vì vậy, nghiên cứu này đánh giá sự phát triển của chủ đề du lịch sáng tạo và du lịch làng nghề truyền thống thông qua việc sử dụng phương pháp trắc lượng thư mục (Bibliometric analysis) và phân tích nội dung (Content analysis).

Quy trình thực hiện:

Quá trình thực hiện phương pháp phân tích tài liệu được tiến hành một cách hệ thống, tuân thủ chặt chẽ các nguyên tắc của nghiên cứu hệ thống và các khuyến

ngihtừ các công trình uy tín trong lĩnh vực (ví dụ: PRISMA - David Moher et al., 2009; Echchakoui, 2020; Johnston, 2014):

- Lựa chọn cơ sở dữ liệu: Tài liệu được thu thập từ hai cơ sở dữ liệu khoa học hàng đầu và đáng tin cậy nhất hiện nay là Web of Science (WoS/WoK) và Scopus. Web of Science được chọn để trích xuất tài liệu vì nó có chỉ số chất lượng như JCR và cho phép người dùng tải xuống các tài liệu (Durán-Sánchez và cộng sự, 2018). Trong khi đó, Scopus cho phép truy xuất các bài báo từ các tạp chí khoa học có chỉ số như SCR và có số lượng đáng kể các tài liệu tham khảo. Phần mềm biblioshiny được sử dụng để phân tích dữ liệu. Việc tìm kiếm các nghiên cứu trên hai trang nguồn thông tin uy tín và không lồ là Scopus và WoS có chứa từ khóa là “du lịch làng nghề” trong tiêu đề. Tuy nhiên dữ liệu Scopus chủ yếu đã được sử dụng trong phạm vi nghiên cứu này.

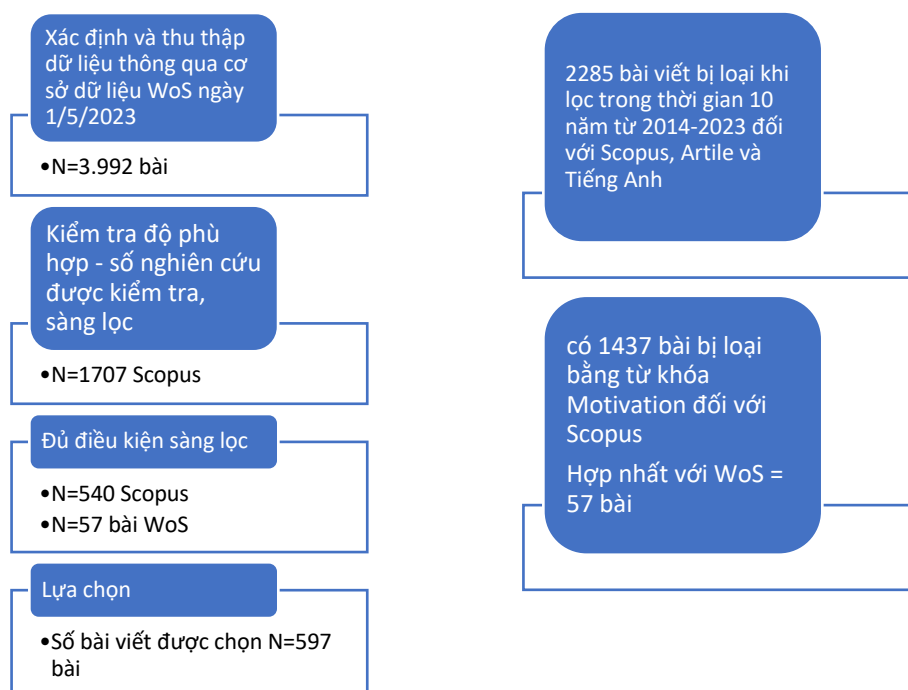
- Xác định từ khóa và tiêu chí tìm kiếm:

+ Từ khóa tìm kiếm: Các từ khóa chính bằng tiếng Anh được sử dụng bao gồm: “creative tourism”, “craft village tourism”, “heritage tourism”, “artisan village tourism”, “experiential tourism”, “traditional village tourism”. Các từ khóa này được kết hợp với các toán tử Boolean (AND, OR) để tối ưu hóa kết quả tìm kiếm và đảm bảo thu thập được các tài liệu liên quan mật thiết nhất đến chủ đề du lịch sáng tạo trong bối cảnh làng nghề truyền thống. Việc tìm kiếm được thực hiện hoàn toàn bằng tiếng Anh để tận dụng số lượng tài liệu học thuật lớn nhất và đảm bảo phạm vi quốc tế của nghiên cứu.

+ Thời gian xuất bản: Các bài báo được chọn lọc và tập trung tìm kiếm trong giai đoạn từ năm 1998 đến năm 2023. Đây là khung thời gian đủ rộng để quan sát sự phát triển của khái niệm du lịch sáng tạo và các ứng dụng của nó trong bối cảnh làng nghề.

+ Loại tài liệu: Chỉ tập trung vào các “Bài viết” (Articles) được xuất bản trên các tạp chí khoa học quốc tế có phản biện. Các loại tài liệu khác như bài luận, sách, chương sách, tin tức, và các ấn phẩm hội nghị không được đưa vào phân tích để đảm bảo tính học thuật và chất lượng của bộ dữ liệu.

- Thu thập tài liệu:
 - + Các bản ghi liên quan được truy xuất từ cả WoS và Scopus ở định dạng văn bản thuần túy (ví dụ: BibTeX, RIS). Thời gian truy xuất của các bài báo này là ngày 2 tháng 4 năm 2023.
 - + Các bản ghi được truy xuất chứa thông tin chi tiết, phong phú về tiêu đề, tác giả, tổ chức tác giả, tạp chí nguồn, tóm tắt, từ khóa, và tài liệu tham khảo được trích dẫn. Thông tin này rất quan trọng cho các phân tích sâu hơn về mạng lưới và xu hướng.
- Hợp nhất và xử lý tài liệu: Nghiên cứu này đã áp dụng các bước do Echchakoui (2020) đề xuất để hợp nhất cơ sở dữ liệu từ WoS và Scopus như sau:
 - + Chuyển đổi cả tài liệu WoS và Scopus thành tệp thư mục bằng Endnote.
 - + Chuyển đổi tệp thư mục tài liệu thành tệp bibtex bằng gói Bibliometrix (Aria, 2017)) và tệp Ris.
 - + Nhập cả hai cơ sở tài liệu bằng Microsoft Excel.
 - + Hợp nhất hai cơ sở tài liệu và loại bỏ các bản trùng lặp bằng Microsoft Excel.



Hình 3. 2. Các giai đoạn thực hiện

- Phân tích tài liệu: Tài liệu sau khi thu thập và tiền xử lý được phân tích bằng các phần mềm chuyên dụng hỗ trợ phân tích trắc lượng thư mục:

+ VOSviewer: Phần mềm này được sử dụng để xây dựng và trực quan hóa các bản đồ mạng lưới (network maps). Cụ thể, VOSviewer được dùng để tạo bản đồ đồng trích dẫn (co-citation analysis), bản đồ liên kết từ khóa (co-occurrence maps), và bản đồ tác giả/tổ chức có ảnh hưởng. Các bản đồ này giúp nhận diện các mối quan hệ cấu trúc, các nhóm nghiên cứu chính, và các trường phái tư tưởng trong lĩnh vực.

+ Biblioshiny: Đây là một công cụ tích hợp trong môi trường RStudio, hỗ trợ phân tích thống kê mô tả về dữ liệu thư mục và tạo ra các biểu đồ trực quan. Các biểu đồ này thể hiện xu hướng xuất bản theo thời gian, các chủ đề chính được thảo luận, các tạp chí hàng đầu, và các tác giả/quốc gia đóng góp nhiều nhất.

Tìm kiếm được thực hiện bằng tiếng Anh để có được số lượng tài liệu lớn nhất. Đối với thống kê Scopus từ năm 2014 đến năm 2023 thì năm có nhiều bài viết về du lịch làng nghề nhất là năm 2014 với 540 bài viết sau khi dùng phương pháp đưa ra các từ khóa đúng với đề tài đang nghiên cứu. Sau khi hợp nhất 2 nguồn dữ liệu cho ra kết quả là 597 bài viết. Tiến hành chạy dữ liệu hợp nhất bằng hai phần mềm VOSviewer và Biblioshiny. Bằng quá trình hợp nhất bằng dữ liệu R cho ra 57 bài viết được lựa chọn cho nghiên cứu của mình.

3.2.3. Phương pháp phỏng vấn sâu

Đây là phương pháp quan trọng của nghiên cứu. Mục đích chính của phỏng vấn sâu trong nghiên cứu này là thu thập thông tin định tính chi tiết, phong phú về quan điểm, kinh nghiệm, cảm xúc, và nhận thức của khách thể nghiên cứu liên quan đến đối tượng nghiên cứu, giúp tác giả hiểu sâu sắc bản chất vấn đề, khám phá các khía cạnh chưa biết, xác nhận giả thuyết và đưa ra những hiểu biết sâu sắc về vấn đề nghiên cứu. Tác giả tiến hành điều tra, thu thập thông tin với 44 trường hợp được thực hiện phỏng vấn. Các cuộc phỏng vấn được tiến hành dưới hình thức phỏng vấn sâu bán cấu trúc, cho phép linh hoạt trong các câu hỏi để khám phá sâu các khía cạnh liên quan đến chủ đề, đồng thời vẫn đảm bảo tính nhất quán về nội dung cần thu thập. Phần mềm Quirkos đã được sử dụng để phân tích dữ liệu định tính, cụ thể là kỹ thuật

mã hóa, phân tích nội dung và phân tích cụm, sử dụng chỉ số tương quan Pearson để biết độ tương đồng thông qua bài đọc hoàn chỉnh và bản ghi đầy đủ các cuộc phỏng vấn.

- Thời gian phỏng vấn: từ tháng 4/2023 đến tháng 3/2024
- Thời lượng phỏng vấn: 45 – 60 phút/ 1 phỏng vấn.
- Nội dung phỏng vấn: được thể hiện rõ ở Phụ lục 1 (hướng dẫn phỏng vấn sâu).
- Ba nhóm phỏng vấn được thiết kế phục vụ ba mục tiêu khác nhau, mỗi nhóm có đầu ra cụ thể gắn với các phần kết quả trong luận án:

Bảng 3. 4. Thiết kế phỏng vấn sâu theo nhóm đối tượng

Nhóm	Đối tượng	Mục đích	Đầu ra cụ thể	Vị trí kết quả
1	15 chuyên gia (giảng viên, nhà nghiên cứu du lịch tại TP.HCM)	Xác định nhân tố ảnh hưởng, hiệu chỉnh thang đo, thẩm định mô hình	Mô hình nghiên cứu (Hình 2.2), thang đo hiệu chỉnh	Chương 2 (mô hình), Chương 3 (thang đo)
2	2 quản lý, 10 nghệ nhân gốm, 2 DN gốm, 5 DN lữ hành, 10 HDV, 8 nghệ nhân/DN dệt (tổng: 37 người)	Tìm hiểu thực trạng DLST, khó khăn, thuận lợi, nhận diện bối cảnh	Phân tích thực trạng, case study, bối cảnh nghiên cứu	Mục 3.1, 4.3 (Chương 3, 4)
3	20 du khách tham quan (10 tại Bà Trú, 10 tại Mỹ Nghiệp)	Đánh giá trải nghiệm thực tế, kiểm chứng phát hiện định lượng	Trích dẫn minh họa, bổ sung giải thích cho phân tích mô hình	Mục 4.4 (Chương 4)

(Nguồn: Tác giả xây dựng)

Kết quả phỏng vấn sâu được sử dụng trong luận án dưới dạng: (i) trích dẫn trực tiếp các đoạn phỏng vấn để minh họa; (ii) phân tích mã hóa chủ đề (thematic coding) để nhận diện các vấn đề xuyên suốt; (iii) xây dựng các câu chuyện (narrative case) phản ánh chi tiết, cụ thể các nội dung nghiên cứu.

3.2.4. Phương pháp điều tra bằng bảng hỏi

a) *Thiết kế bảng hỏi*

Bảng hỏi được xây dựng dựa trên mục tiêu nghiên cứu, mô hình lý thuyết và kết quả phỏng vấn sâu giai đoạn 1. Bảng hỏi gồm sáu phần: Phần 1 - Thông tin cá nhân du khách (5 câu hỏi: giới tính, tuổi, trình độ, mục đích, đồng hành); Phần 2 - Nguồn lực sáng tạo (7 biến quan sát); Phần 3 - Kỹ thuật và quá trình sáng tạo (6 biến); Phần 4 - Con người sáng tạo (4 biến); Phần 5 - Hoạt động sáng tạo (8 biến); Phần 6 - Biến phụ thuộc (4 biến). Tổng cộng 29 biến quan sát đo lường trên thang Likert 5 bậc (1 = Hoàn toàn không đồng ý → 5 = Hoàn toàn đồng ý). Nội dung chi tiết tại Phụ lục 2.

b) *Lý giải việc chọn du khách làm đối tượng khảo sát định lượng*

Luận án nhận thức rằng để đánh giá "phát triển" một loại hình du lịch, thông thường cần nhìn nhận từ ba góc độ: (i) cung cấp (nghệ nhân, doanh nghiệp, cán bộ quản lý), (ii) cầu (du khách), và (iii) quản lý nhà nước. Tuy nhiên, trong bối cảnh du lịch sáng tạo tại làng nghề Ninh Thuận - nơi hoạt động du lịch sáng tạo còn ở giai đoạn sơ khai, chưa có hệ thống doanh nghiệp du lịch sáng tạo chuyên nghiệp - việc khảo sát định lượng từ phía cung gặp hạn chế về kích thước mẫu.

Luận án lựa chọn du khách làm đối tượng khảo sát chính cho phân tích định lượng dựa trên ba lý do: (i) Theo lý thuyết đồng tạo giá trị (Prahalad và Ramaswamy, 2004), du khách là chủ thể đồng tạo trải nghiệm sáng tạo, do đó đánh giá của họ phản ánh trực tiếp chất lượng và mức độ phát triển của du lịch sáng tạo; (ii) Du khách là nguồn cung cấp mẫu đủ lớn cho phân tích thống kê ($n=268$), đảm bảo tính tin cậy của mô hình hồi quy; (iii) Các nghiên cứu quốc tế tiêu biểu về du lịch sáng tạo (Suhartanto, 2020; Chang và cộng sự, 2014; Promnil Niramol, 2022) đều sử dụng du khách làm đối tượng khảo sát chính.

Để bù đắp hạn chế này, luận án sử dụng phương pháp phỏng vấn sâu để thu thập quan điểm từ phía cung (37 người, Nhóm 2) bao gồm nghệ nhân, quản lý, doanh

nghiệp, hướng dẫn viên. Kết quả định tính từ phía cung được sử dụng để giải thích và bổ sung cho các phát hiện định lượng từ phía cầu, tạo nên bức tranh toàn diện.

c) Phương pháp chọn mẫu và kích thước mẫu

Phương pháp chọn mẫu: Phi xác suất, thuận tiện (convenience sampling) kết hợp phân tầng theo địa bàn. Du khách được chọn ngẫu nhiên tại hai làng nghề Bàu Trúc và Mỹ Nghiệp trong thời gian khảo sát.

Tiêu chí chọn mẫu: (i) Du khách (nội địa và quốc tế) đã hoặc đang tham quan tại Bàu Trúc hoặc Mỹ Nghiệp; (ii) Đã có trải nghiệm tối thiểu (xem quy trình sản xuất hoặc tham gia hoạt động trải nghiệm); (iii) Tự nguyện tham gia khảo sát; (iv) Từ 18 tuổi trở lên.

Kích thước mẫu: Luận án xác định cỡ mẫu dựa trên ba tiêu chí: (i) Theo Hair và cộng sự (2009), EFA yêu cầu mẫu tối thiểu 5:1 (5 quan sát/biến), với 29 biến quan sát cần tối thiểu 145 mẫu; (ii) Theo Green (1991), hồi quy đa biến với 4 biến độc lập cần tối thiểu $50 + 8 \times 4 = 82$ mẫu cho đánh giá tổng quát và $104 + 4 = 108$ mẫu cho đánh giá từng biến; (iii) Theo Tabachnick và Fidell (2013), mẫu ≥ 300 được coi là "tốt" cho phân tích nhân tố. Do đó, luận án tiến hành khảo sát 300 phiếu. Sau khi loại phiếu không hợp lệ (thiếu thông tin, trả lời không nhất quán), còn lại 268 phiếu hợp lệ - đáp ứng tốt các yêu cầu.

Phân bổ mẫu theo địa bàn: Phiếu khảo sát được phân bổ tại cả hai làng nghề, trong đó khoảng 60% tại Bàu Trúc (làng nghề thu hút du khách nhiều hơn, đặc biệt sau khi được UNESCO ghi danh năm 2022) và 40% tại Mỹ Nghiệp. Tỷ lệ này phản ánh tương đối lượng du khách thực tế tại hai làng.

Thời gian thu thập: Từ 01/3/2023 đến 01/12/2023. Dữ liệu được mã hóa trên MS Excel, làm sạch (loại phiếu không đầy đủ hoặc không rõ ràng), kết quả 268 phiếu hợp lệ.

Giới hạn phương pháp chọn mẫu: Do sử dụng chọn mẫu phi xác suất, kết quả nghiên cứu có thể chịu sai lệch chọn mẫu (selection bias) - du khách tham gia khảo sát có thể có đặc điểm khác biệt so với tổng thể du khách. Luận án kiểm soát hạn chế này bằng cách: (i) khảo sát trong thời gian dài (9 tháng) để bao phủ nhiều thời điểm

khác nhau; (ii) mô tả chi tiết đặc điểm mẫu để người đọc đánh giá tính đại diện; (iii) đối chiếu với dữ liệu định tính để kiểm chứng.

3.2.5. Quy trình xây dựng và hiệu chỉnh thang đo

Thang đo của luận án được xây dựng theo quy trình bốn bước, đảm bảo tính minh bạch và khoa học:

Bước 1 - Kế thừa thang đo gốc: Tổng hợp các chỉ báo từ nghiên cứu quốc tế và trong nước: Richards (2011) cung cấp khung ba yếu tố (activity, background, people); Sudirah (2019) cung cấp tiêu chí sẵn sàng cho du lịch sáng tạo; Suhartanto (2020) cung cấp thang đo chất lượng trải nghiệm sáng tạo, giá trị cảm nhận; Vũ Nam (2024) cung cấp bộ 41 tiêu chí phát triển sản phẩm DLST tại cộng đồng; Chen (2022), Promnil Niramol (2022) cung cấp thang đo cụ thể cho bối cảnh nghề thủ công. Tổng hợp ban đầu gồm 35 chỉ báo tiềm năng.

Bước 2 - Hiệu chỉnh theo bối cảnh: Phỏng vấn sâu 15 chuyên gia (Nhóm 1) nhằm đánh giá sự phù hợp của từng chỉ báo với bối cảnh làng nghề Chăm Ninh Thuận. Tiêu chí giữ/loại/điều chỉnh: (i) chỉ báo phải phản ánh đặc trưng của du lịch sáng tạo (không phải du lịch đại chúng); (ii) phải đo lường được trong bối cảnh làng nghề thủ công; (iii) phải phù hợp với trình độ nhận thức của du khách (tránh thuật ngữ chuyên môn khó hiểu). Kết quả: loại 6 chỉ báo không phù hợp, giữ 29 chỉ báo.

Bước 3 - Thẩm định chuyên gia: Bảng hỏi hoàn chỉnh được gửi đến các chuyên gia (giảng viên, nhà nghiên cứu du lịch) để đánh giá nội dung (content validity), đảm bảo các chỉ báo đo đúng khái niệm mà chúng được thiết kế để đo. Các chuyên gia cũng góp ý về câu chữ, diễn đạt phù hợp với ngữ cảnh Việt Nam.

Bước 4 - Khảo sát thử nghiệm (pilot test): Thực hiện khảo sát sơ bộ trên 30 du khách để kiểm tra độ tin cậy ban đầu (Cronbach's Alpha), phát hiện các câu hỏi gây nhầm lẫn, và ước lượng thời gian trả lời. Kết quả pilot cho thấy tất cả thang đo đều đạt $\alpha > 0.6$, xác nhận tính tin cậy để tiến hành khảo sát chính thức.

3.2.6. Phương pháp nghiên cứu trường hợp

Phương pháp nghiên cứu trường hợp (case study) được sử dụng nhằm phân tích sâu một số trường hợp điển hình tại làng gốm Bàu Trúc và làng dệt Mỹ Nghiệp. Cách tiếp cận này cho phép nghiên cứu tiếp cận hiện tượng trong bối cảnh thực tiễn, từ đó làm rõ các khía cạnh cụ thể gắn với đời sống, nghề nghiệp và hoạt động du lịch sáng tạo tại từng làng nghề.

Thông qua việc tập trung khảo sát các trường hợp cụ thể (nghệ nhân tiêu biểu, hộ gia đình tham gia du lịch, du khách có trải nghiệm sâu), nghiên cứu thu thập thông tin chi tiết về thực trạng, khó khăn, nhu cầu và kỳ vọng của các chủ thể. Các trường hợp được lựa chọn theo nguyên tắc "tối đa hóa sự đa dạng" (maximum variation sampling) để phản ánh nhiều góc nhìn khác nhau: nghệ nhân lâu năm vs. thế hệ trẻ, hộ có tham gia du lịch vs. hộ chưa tham gia, du khách nội địa vs. quốc tế. Kết quả nghiên cứu trường hợp được trình bày dưới dạng câu chuyện (narrative) và hộp case study trong các phần kết quả.

3.2.7. Phương pháp xử lý thông tin và báo cáo kết quả

a) Xử lý dữ liệu định tính

Dữ liệu phỏng vấn sâu được ghi âm (khi có sự đồng ý), chuyển đổi thành văn bản (transcript), mã hóa chủ đề (thematic coding) và phân tích nội dung. Các chủ đề chính (themes) được nhận diện thông qua quá trình mã hóa mở (open coding) và mã hóa trục (axial coding), đối chiếu giữa các nhóm phỏng vấn để tìm sự nhất quán và khác biệt.

b) Xử lý dữ liệu định lượng

Luận án sử dụng phần mềm SPSS để xử lý dữ liệu định lượng. Quy trình phân tích được thực hiện theo chuỗi minh chứng, đảm bảo tính logic và liên mạch:

Bước 1 - Thống kê mô tả: Sử dụng Frequencies và Crosstabs để mô tả đặc điểm mẫu khảo sát (giới tính, độ tuổi, trình độ, mục đích, đồng hành) và phân bố điểm đánh giá của du khách cho từng biến quan sát. Kết quả trình bày tại Mục 4.1.

Bước 2 - Đánh giá độ tin cậy thang đo (Cronbach's Alpha): Kiểm tra tính nhất quán nội tại của từng thang đo. Tiêu chí: $\alpha \geq 0.6$ (Nunnally và Bernstein, 1994), hệ số tương quan biến - tổng (corrected item-total correlation) ≥ 0.3 . Lưu ý: với các biến có ý nghĩa lý thuyết quan trọng (như biến "tính xác thực" - KT4), cần cân nhắc giữ lại và kiểm tra ở bước phân tích tiếp theo trước khi quyết định loại bỏ. Kết quả tại Mục 4.2.

Bước 3 - Phân tích nhân tố khám phá (EFA): Kiểm tra cấu trúc nhân tố và tính hội tụ/phân biệt của thang đo. Tiêu chí: KMO ≥ 0.5 , kiểm định Bartlett có ý nghĩa thống kê (Sig. < 0.05), hệ số tải nhân tố (factor loading) ≥ 0.5 , tổng phương sai trích $\geq 50\%$. Kết quả tại Mục 4.2.

Bước 4 - Phân tích tương quan Pearson: Kiểm tra mối quan hệ tuyến tính giữa các biến độc lập và biến phụ thuộc, đồng thời kiểm tra đa cộng tuyến sơ bộ. Kết quả tại Mục 4.2.

Bước 5 - Phân tích hồi quy đa biến: Kiểm định bốn giả thuyết H1-H4 về tác động của các nhân tố đến phát triển du lịch sáng tạo. Tiêu chí: Sig. < 0.05 , VIF < 10 , R^2 điều chỉnh phản ánh khả năng giải thích của mô hình, hệ số beta chuẩn hóa phản ánh mức độ tác động tương đối. Kết quả tại Mục 4.4.

Bước 6 - Kiểm định sự khác biệt (T-Test, ANOVA): So sánh đánh giá của du khách theo các đặc điểm nhân khẩu học (giới tính, độ tuổi, trình độ, mục đích). Tiêu chí: Sig. < 0.05 cho thấy sự khác biệt có ý nghĩa thống kê. Kết quả tại Mục 4.5.

Yêu cầu chuẩn hóa: Tất cả bảng kết quả thống kê trong luận án đều được Việt hóa từ output SPSS sang bảng chuẩn học thuật (không chụp ảnh giao diện SPSS). Thuật ngữ được thống nhất xuyên suốt: sử dụng "nhân tố" (không dùng xen kẽ "yếu tố"), "biến quan sát" (không dùng "chỉ báo" xen kẽ), viết tắt thống nhất: PT (phát triển), DLST (du lịch sáng tạo).

Tiểu kết Chương 3

Chương 3 đã thực hiện hai nhiệm vụ chính:

Thứ nhất, trình bày bối cảnh nghiên cứu tại hai làng nghề truyền thống ở Ninh Thuận - gồm Bàu Trúc và dệt Mỹ Nghiệp. Chương đã làm rõ nguồn gốc, lịch sử, quá

trình phát triển của hai làng nghề, và đặc biệt phân tích sâu những đặc trưng riêng biệt của kỹ/nghệ thuật gốm Chăm và dệt Chăm so với các truyền thống tương tự ở Việt Nam và quốc tế (gốm Bát Tràng, Phù Lãng, Arita, Bizen; dệt Vạn Phúc, dệt Thái Lan). Những đặc trưng khác biệt này - kỹ thuật tay không bàn xoay, nung lộ thiên, khung dệt truyền thống, hệ thống hoa văn mang ý nghĩa văn hóa - tâm linh, vai trò của phụ nữ trong chế độ mẫu hệ - tạo nên nền tảng đặc thù cho du lịch sáng tạo tại đây, phân biệt rõ với các bối cảnh du lịch sáng tạo khác.

Thứ hai, trình bày hệ thống phương pháp nghiên cứu hỗn hợp (mixed methods) với thiết kế tuần tự giải thích, bao gồm: (i) phương pháp phân tích tài liệu và trắc lượng thư mục; (ii) phỏng vấn sâu ba nhóm đối tượng với mục tiêu và đầu ra cụ thể; (iii) điều tra bằng bảng hỏi với 268 du khách; (iv) nghiên cứu trường hợp. Chương đã giải quyết các yêu cầu của Hội đồng: lý giải việc chọn du khách làm đối tượng khảo sát, minh bạch hóa quy trình xây dựng thang đo bốn bước, trình bày phương pháp phân tích theo chuỗi minh chứng (câu hỏi → dữ liệu → kỹ thuật → tiêu chí → vị trí kết quả), và xác định rõ giới hạn phương pháp.

Nền tảng bối cảnh và phương pháp được xây dựng trong Chương 3 là căn cứ trực tiếp cho việc trình bày kết quả nghiên cứu tại Chương 4.

Chương 4. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

4.1. Mô tả mẫu khảo sát chính thức

Dữ liệu thu thập từ khảo sát chính thức đối với du khách tại các làng nghề truyền thống ở Ninh Thuận được phân tích mô tả trong phần này. Khảo sát được thiết kế nhằm thu thập thông tin định lượng về hồ sơ nhân khẩu học và các yếu tố hành vi du lịch của du khách, từ đó cung cấp cơ sở dữ liệu nền tảng để đánh giá thực trạng du lịch sáng tạo tại các làng nghề. Phương pháp phân tích mô tả được áp dụng để tóm tắt các dữ liệu thu thập được về giới tính, độ tuổi, trình độ học vấn, đối tượng đi cùng và mục đích chuyến đi của du khách. Các kết quả chi tiết được thể hiện thông qua các bảng số liệu và biểu đồ minh họa dưới đây.

Bảng 4. 1. Tổng hợp đặc điểm mẫu khảo sát (n=268)

Đặc điểm	Phân loại	Tần suất (n)	Tỷ lệ (%)
Giới tính	Nam	159	59,3
	Nữ	109	40,7
Độ tuổi	18-25 tuổi	76	28,4
	26-35 tuổi	93	34,7
	36-45 tuổi	33	12,3
	Trên 45 tuổi	66	24,6
Trình độ	Trung cấp trở xuống	105	39,2
	Cao đẳng	62	23,1
	Đại học	73	27,2
	Sau đại học	28	10,4
Đi cùng	Đi một mình	6	2.2
	Với bạn gái/bạn trai	20	7.5
	Với bạn bè	53	19.8
	Với gia đình có trẻ em	96	35.8
	Với gia đình không có trẻ con	57	21.3

	Với bạn bè và gia đình	36	13.4
Mục đích	Dự hội nghị	4	1.5
	Mua sắm	10	3.7
	Sự kiện thể thao	5	1.9
	Kinh doanh	17	6.3
	Tham quan các địa điểm tự nhiên và văn hoá	76	28.4
	Kỳ nghỉ	61	22.8
	Nghỉ dưỡng	71	26.5
	Khám phá	20	7.5
	Khác	4	1.5

(Nguồn: Kết quả khảo sát của luận án, n = 268)

Nhìn chung, mẫu khảo sát cho thấy du khách đến Bàu Trúc và Mỹ Nghiệp tương đối đa dạng về nhân khẩu học. Nhóm tuổi 18-35 chiếm tỷ trọng cao nhất (khoảng 59%), phù hợp với đặc điểm du khách tìm kiếm trải nghiệm sáng tạo - những người trẻ, năng động, có xu hướng khám phá và tương tác (Richards, 2020). Đáng chú ý, gia đình (đặc biệt gia đình có trẻ em) là nhóm đối tượng lớn nhất (35,8%), gợi ý rằng du lịch sáng tạo tại làng nghề có sức hấp dẫn đặc biệt với du lịch gia đình - nơi hoạt động thực hành thủ công phù hợp cho mọi lứa tuổi. Mục đích chuyến đi chủ yếu là tham quan văn hóa (28,4%) và nghỉ dưỡng (26,5%), cho thấy du khách đến Ninh Thuận với kỳ vọng đa dạng, trong đó khám phá văn hóa Chăm là động lực quan trọng.

4.2. Kiểm định thang đo và phân tích nhân tố

Trước khi tiến hành phân tích hồi quy kiểm định mô hình, luận án thực hiện ba bước kiểm định tuần tự: đánh giá độ tin cậy thang đo (Cronbach's Alpha), phân tích nhân tố khám phá (EFA), và phân tích tương quan Pearson. Ba bước này đảm bảo các thang đo đạt yêu cầu về độ tin cậy, tính hội tụ, tính phân biệt và mối quan hệ tuyến tính trước khi đưa vào mô hình hồi quy.

4.2.1. Đánh giá độ tin cậy thang đo (Cronbach's Alpha)

Kiểm định Cronbach's Alpha đánh giá tính nhất quán nội tại của từng thang đo. Tiêu chí áp dụng: hệ số Cronbach's Alpha $\geq 0,6$ (Nunnally và Bernstein, 1994); hệ số tương quan biến - tổng hiệu chỉnh (Corrected Item-Total Correlation) $\geq 0,3$. Kết quả kiểm định cho từng thang đo được tổng hợp tại Bảng 4.2.

Bảng 4. 2. Tổng hợp kết quả kiểm định Cronbach's Alpha

Thang đo	Số biến	Cronbach α	Item-Total thấp nhất	Đạt?	Ghi chú
Nguồn lực sáng tạo (NL)	7	0,882	0,561 (NL5)	Đạt	Giữ toàn bộ 7 biến
Kỹ thuật sáng tạo (KT) - Lần 1	6	0,709	0,197 (KT4)	Xem xét	KT4 < 0,3 $\rightarrow$ xem lần 2
Kỹ thuật sáng tạo (KT) - Lần 2	5	0,838	0,638 (KT5)	Đạt	Loại KT4, giữ 5 biến
Con người sáng tạo (CN)	4	0,791	0,517 (CN2)	Đạt	Giữ toàn bộ 4 biến
Hoạt động sáng tạo (HĐ)	8	0,887	0,568 (HĐ1)	Đạt	Giữ toàn bộ 8 biến

(Nguồn: Kết quả phân tích SPSS)

Biến KT4 có hệ số tương quan biến - tổng hiệu chỉnh chỉ đạt 0,197 (< 0,3), không đạt ngưỡng chấp nhận. Luận án nhận thức rằng "tính xác thực" (authenticity) là một trong những trụ cột cốt lõi của du lịch sáng tạo theo lý thuyết của UNESCO và Richards (2011). Tuy nhiên, kết quả thống kê cho thấy biến này không đồng nhất với các biến còn lại trong nhóm "Kỹ thuật sáng tạo".

Trong bối cảnh cụ thể tại Bàu Trúc và Mỹ Nghiệp, "tính xác thực" có thể là một đặc tính nền tảng (baseline characteristic) mà du khách mặc nhiên thừa nhận khi đến làng nghề truyền thống - tức là họ đã tin vào tính xác thực trước khi đến, do đó biến này không tạo ra sự biến thiên đáng kể trong đánh giá. Điều này khác với các

bối cảnh du lịch sáng tạo ở đô thị hoặc khu vực thương mại hóa cao, nơi du khách có lý do để nghỉ ngơi tính xác thực. Hơn nữa, nội hàm "tính xác thực" mang tính trừu tượng, khó đo lường qua câu hỏi đơn lẻ, đặc biệt với du khách có trình độ trung cấp trở xuống chiếm 39,2% mẫu.

Luận án quyết định giữ KT4 qua bước Cronbach's Alpha để tiếp tục kiểm tra tại bước EFA. Nếu tại EFA, KT4 có hệ số tải nhân tố (factor loading) $< 0,5$ hoặc tải chéo lên nhiều nhân tố, biến sẽ chính thức bị loại. Nếu đạt yêu cầu EFA, biến sẽ được giữ lại trong mô hình. Cách tiếp cận hai bước này đảm bảo quyết định loại biến dựa trên đa tiêu chí, tránh mất thông tin lý thuyết quan trọng chỉ vì một tiêu chí đơn lẻ.

Tổng hợp, tất cả năm thang đo đều đạt yêu cầu về độ tin cậy, với Cronbach's Alpha từ 0,709 (KT lần 1, đạt ngưỡng) đến 0,887 (HĐ, rất tốt). Hệ số tương quan biến - tổng của các biến giữ lại đều $> 0,3$, đảm bảo đóng góp có ý nghĩa vào thang đo.

4.2.2. Phân tích nhân tố khám phá (EFA)

Phân tích nhân tố khám phá sử dụng phép trích Principal Component Analysis (PCA) với phép xoay Varimax nhằm kiểm tra cấu trúc nhân tố và tính hội tụ/phân biệt của các thang đo.

a) EFA biến độc lập

Kết quả kiểm định điều kiện: Hệ số KMO = 0,905 ($> 0,5$), kiểm định Bartlett's Test có Sig. = 0,000 ($< 0,05$) - dữ liệu hoàn toàn phù hợp để thực hiện EFA.

Bảng 4. 3. Kết quả kiểm định KMO và Bartlett's Test biến độc lập

Kiểm định KMO and Bartlett's		
Giá trị Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)		.905
Kiểm định Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	3140.932
	df	276
	Giá trị Sig.	.000

(Kết quả khảo sát của luận án)

Kết quả phân tích: 24 biến quan sát được đưa vào phân tích. Sau hai lần phân tích (loại biến HD5 có hệ số tải < 0,5 ở lần 1), 23 biến quan sát hội tụ thành 4 nhân tố với tổng phương sai trích đạt 60,450% (> 50%), Eigenvalue nhỏ nhất đạt 2,507 (> 1). Tất cả hệ số tải nhân tố trong ma trận xoay (Rotated Component Matrix) đều > 0,5, đảm bảo tính đại diện.

Bảng 4. 4. Ma trận xoay nhân tố sau phân tích EFA

Biến quan sát	Nhân tố 1 (HD)	Nhân tố 2 (NL)	Nhân tố 3 (KT)	Nhân tố 4 (CN)
NL6		0,817		
NL3		0,785		
NL4		0,764		
NL7		0,740		
NL1		0,693		
NL2		0,671		
NL5		0,645		
HD2	0,774			
HD6	0,764			
HD8	0,763			
HD3	0,757			
HD7	0,736			
HD4	0,711			
HD1	0,653			
KT6			0,777	
KT2			0,760	
KT3			0,758	
KT1			0,683	
KT5			0,680	

CN4				0,781
CN3				0,768
CN1				0,727
CN2				0,699

Bảng 4. 5. Phương sai trích

Giải thích về Tổng phương sai									
Thành phần	Giá trị riêng ban đầu			Tổng trích xuất của tải trọng bình phương			Tổng xoay của tải trọng bình phương		
	Tổng	%	Tích lũy %	Tổng	%	Tích lũy %	Tổng	%	Tích lũy %
		Phương sai			Phương sai			Phương sai	
1	8.030	33.457	33.457	8.030	33.457	33.457	4.385	18.272	18.272
2	3.073	12.803	46.259	3.073	12.803	46.259	4.358	18.158	36.430
3	1.789	7.453	53.713	1.789	7.453	53.713	3.075	12.811	49.241
4	1.686	7.024	60.737	1.686	7.024	60.737	2.759	11.496	60.737
5	.797	3.321	64.058						
6	.739	3.080	67.138						
7	.679	2.830	69.968						
8	.633	2.637	72.606						
9	.612	2.550	75.156						
10	.598	2.490	77.646						
11	.552	2.300	79.945						
12	.519	2.163	82.108						
13	.491	2.048	84.156						
14	.478	1.992	86.148						
15	.441	1.838	87.986						
16	.426	1.773	89.759						
17	.390	1.625	91.384						
18	.376	1.567	92.951						
19	.355	1.478	94.429						
20	.341	1.421	95.850						

21	.316	1.315	97.165						
22	.300	1.249	98.414						
23	.216	.899	99.312						
24	.165	.688	100.000						
Extraction Method: Principal Component Analysis.									

(Kết quả khảo sát của luận án)

Bốn nhân tố trích được hoàn toàn khớp với bốn nhân tố trong mô hình lý thuyết đề xuất tại Chương 2: (1) Hoạt động sáng tạo - HD, (2) Nguồn lực sáng tạo - NL, (3) Kỹ thuật và quá trình sáng tạo - KT, (4) Con người sáng tạo - CN. Không có biến nào bị tải chéo, khẳng định tính hội tụ và phân biệt tốt của thang đo.

b) EFA biến phụ thuộc

Biến phụ thuộc "Phát triển DLST tại làng nghề" (PT) được kiểm định EFA riêng. Kết quả: KMO = 0,689 (chấp nhận được), Sig. Bartlett = 0,000, các biến hội tụ thành một nhân tố duy nhất - khẳng định tính đơn chiều (unidimensionality) của thang đo biến phụ thuộc.

4.2.2.2. Phương sai trích các nhân tố

Bảng 4. 6. Kết quả Kiểm định EFA (Rotated Component Matrix)

Kết quả Kiểm định EFA (Rotated Component Matrix)

	Thành phần			
	1	2	3	4
NL6	.819			
NL3	.781			
NL4	.769			
NL7	.737			
NL1	.690			
NL2	.668			
NL5	.641			
HD2		.770		
HD8		.768		

HĐ6		.761		
HĐ3		.759		
HĐ7		.732		
HĐ4		.711		
HĐ1		.649		
HĐ5	.439	.498		.494
KT6			.772	
KT2			.759	
KT3			.757	
KT5			.685	
KT1			.685	
CN4				.789
CN3				.774
CN1				.715
CN2				.686

Phương pháp trích xuất: Phân tích thành phần chính.

Phương pháp xoay: Varimax với chuẩn hóa Kaiser.

a. Xoay hội tụ sau 5 lần lặp

(Kết quả khảo sát của luận án)

Ở ma trận xoay lần đầu, một biến duy nhất là HĐ5 có hệ số tải yếu hơn 0.5, không đạt yêu cầu đóng góp vào nhân tố. Theo hướng dẫn của Hair et al. (2009), chỉ những biến có hệ số tải ≥ 0.5 mới đảm bảo tính đại diện trong mô hình đo lường. Do đó, biến HĐ5 bị loại bỏ để tiến hành phân tích nhân tố lần thứ hai, với mục tiêu nâng cao độ tinh gọn và tính đại diện của các nhân tố còn lại.

Bảng 4. 7. Kết quả Kiểm định EFA (KMO và Bartlett's Test)

Kiểm định KMO and Bartlett's		
Giá trị Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)		.906
	Approx. Chi-Square	2794.573

Kiểm định Bartlett's Test of Sphericity	df	253
	Giá trị Sig.	.000

(Kết quả khảo sát của luận án)

Sau khi loại biến HD5, phân tích EFA được thực hiện lại với 23 biến quan sát. Kết quả kiểm định cho thấy hệ số KMO tiếp tục đạt 0.906, cao hơn cả lần trước, đồng thời Sig. của Bartlett's Test vẫn giữ ở mức 0.000, tiếp tục khẳng định sự phù hợp mạnh mẽ của dữ liệu. Điều này cho thấy việc loại bỏ biến HD5 là hợp lý, giúp mô hình trở nên nhất quán hơn mà không ảnh hưởng đến độ phù hợp tổng thể của dữ liệu.

Bảng 4. 8. Kết quả Kiểm định EFA

Thành phần	Tổng	Giá trị riêng ban đầu % phương sai	Tích lũy %	Tổng số khai thác	Tổng bình phương % của phương sai	Tải trọng tích lũy %	Tổng số vòng quay	Tổng của % phương sai bình phương	Tải trọng tích lũy %
1	7.424	13.239	32.277	7.424	32.277	32.277	4.217	18.336	18.336
2	3.045	7.766	45.516	3.045	13.239	45.516	4.126	17.937	36.274
3	1.786	7.169	53.282	1.786	7.766	53.282	3.053	13.276	49.550
4	1.649	3.410	60.450	1.649	7.169	60.450	2.507	10.901	60.450
5	.784	3.214	63.860	7.424	32.277	32.277	4.217	18.336	
6	.739	2.813	67.074		13.239	45.516	4.126	17.937	
7	.647	2.741	69.887			53.282	3.053	13.276	
8	.630	2.638	72.628						
9	.607	2.539	75.266						
10	.584	2.379	77.805						
11	.547	2.177	80.184						

12	.501	2.101	82.362						
13	.483	2.015	84.463						
14	.463	1.877	86.478						
15	.432	1.849	88.355						
16	.425	1.668	90.204						
17	.384	1.634	91.871						
18	.376	1.507	93.505						
19	.347	1.452	95.012						
20	.334	1.309	96.464						
21	.301	1.290	97.773						
22	.297	.937	99.063						
23	.215	13.239	100.00 0						

(Kết quả khảo sát của luận án)

Kết quả phân tích phương sai trích trong lần EFA cuối cùng tiếp tục khẳng định độ mạnh của mô hình đo lường. Bốn nhân tố có Eigenvalue lần lượt là 7.424, 4.126, 3.053 và 2.507, tất cả đều vượt ngưỡng 1. Tổng phương sai trích của 4 nhân tố là 60.450%, cho thấy hơn 60% sự biến thiên trong dữ liệu được giải thích chỉ bằng bốn nhân tố tiềm ẩn. Điều này đồng nghĩa rằng bộ công cụ đo đã được rút gọn hiệu quả nhưng vẫn giữ lại phần lớn thông tin cần thiết.

(Các nhân tố trích được tương ứng các cột nhân tố ở bảng ma trận xoay bên dưới)

Bảng 4. 9. Kết quả Rotated Component Matrix.

Kết quả Kiểm định EFA (Rotated Component Matrix)

	Thành phần			
	1	2	3	4
NL6	.817			
NL3	.785			
NL4	.764			
NL7	.740			

NL1	.693			
NL2	.671			
NL5	.645			
HĐ2		.774		
HĐ6		.764		
HĐ8		.763		
HĐ3		.757		
HĐ7		.736		
HĐ4		.711		
HĐ1		.653		
KT6			.777	
KT2			.760	
KT3			.758	
KT1			.683	
KT5			.680	
CN4				.781
CN3				.768
CN1				.727
CN2				.699

Phương pháp trích xuất: Phân tích thành phần chính.

Phương pháp xoay: Varimax với chuẩn hóa Kaiser.

a. Xoay hội tụ sau 5 lần lặp

(Kết quả khảo sát của luận án)

Kết quả ma trận xoay cho thấy, 23 biến quan sát được phân thành 4 nhân tố.

Theo Hair (2009) - hệ số tải Factor Loading của các biến quan sát trong ma trận xoay đều lớn hơn 0.5, như vậy các biến quan sát này đều có ý nghĩa đóng góp vào mô hình.

Như vậy khi phân tích nhân tố khám phá EFA cho các biến độc lập được thực hiện hai lần. Lần thứ nhất có 24 biến quan sát, có 1 biến quan sát được loại bỏ do

không đạt điều kiện là HD5 được loại bỏ để phân tích lại. Lần phân tích thứ hai (lần cuối cùng) và 23 biến quan sát hội tụ và phân biệt thành 4 nhân tố gồm các biến quan sát được trình bày bên dưới.

Bảng 4. 10. Kết quả EFA lần cuối của biến độc lập

Thống kê kết quả EFA lần cuối của biến độc lập		
Nhân tố	Biến quan sát	Tên nhân tố
1	NL1,NL2,NL3,NL4, NL6, NL7	Nguồn lực sáng tạo
2	HD1,HD2, HD3, HD4, HD5, HD6, HD7	Hoạt động sáng tạo
3	KT1, KT2, KT3, KT5, KT6	Kỹ thuật sáng tạo
4	CN1, CN2, CN3, CN4	Con người sáng tạo
Hệ số KMO = 0.906 > 0.5		
Sig kiểm định Bartlett = 0. 000 < 0.05		
Tổng phương sai trích từ 4 nhân tố = 60.450 % > 50%		

(Kết quả khảo sát của luận án)

4.2.2.3 Biến phụ thuộc

Bảng 4. 11. Kết quả KMO và bartlett's Test cho biến phụ thuộc

Kiểm định KMO and Bartlett's

Giá trị Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)		.689
Kiểm định Bartlett's Test of Sphericity	203.227	2794.573
	df	3
	Giá trị Sig.	.000

(Kết quả khảo sát của luận án)

Phân tích EFA với biến phụ thuộc cũng được kiểm tra điều kiện trước khi tiến hành. Hệ số KMO = 0.689, nằm trong khoảng chấp nhận được (0.6–0.7), cho thấy dữ liệu có mức độ tương quan vừa phải giữa các biến quan sát. Đồng thời, Sig. Bartlett's Test = 0.000, tiếp tục xác nhận rằng các biến có thể gom nhóm về một nhân tố ẩn chung.

Giải thích về Tổng phương sai						
Thành phần	Giá trị riêng ban đầu			Tổng trích xuất của tải trọng bình phương		
	Tổng	% Phương sai	% Tích lũy	Tổng	% Phương sai	% Tích lũy
1	2.038	67.921	67.921	2.038	67.921	67.921
2	.540	18.011	85.931			
3	.422	14.069	100.000			
Phương pháp trích xuất: Phân tích thành phần chính						

Bảng 4. 12. Kết quả Total Variance Explained

(Kết quả khảo sát của luận án)

Kết quả cho thấy 3 biến quan sát PT1, PT2 và PT3 được hội tụ thành 1 nhân tố duy nhất, có Eigenvalue = 2.038 và tổng phương sai trích là 67.921%. Với tỷ lệ phương sai trích cao như vậy, nhân tố này có khả năng giải thích tốt phần lớn sự biến thiên của thang đo “Phát triển du lịch sáng tạo”. Điều này phản ánh cấu trúc đơn chiều (unidimensional) rất rõ, phù hợp với kỳ vọng lý thuyết và dễ dàng đưa vào các phân tích tiếp theo.

Bảng 4. 13. Kết quả Component Matrix PT

Kết quả Component Matrix PT	
	Thành phần
	1
PT1	.846
PT3	.833
PT2	.792
Phương pháp chiết xuất: Phân tích thành phần chính. a. 1 thành phần được chiết xuất	

(Kết quả khảo sát của luận án)

Theo Hair (2009), hệ số tải của các biến quan sát đều lớn hơn 0.5, như vậy các biến quan sát này đều có ý nghĩa đóng góp vào mô hình. Bảng 4.14 tổng hợp kết quả phân tích nhân tố lần cuối xác nhận ba biến PT1, PT2, PT3 cùng đo lường một nhân tố duy nhất là “Phát triển sáng tạo”. Mức hội tụ cao giữa các biến cùng tỷ lệ phương sai trích lớn tạo tiền đề vững chắc cho việc sử dụng nhân tố này trong mô hình phân tích hồi quy và kiểm định các mối quan hệ trong nghiên cứu.

Bảng 4. 14. Kết quả EFA lần cuối của biến phụ thuộc

Thống kê kết quả phân tích FFA lần cuối của biến phụ thuộc		
Nhân tố	Biến quan sát	Tên nhân tố
1	PT1, PT2, PT3	Phát triển sáng tạo
Hệ số KMO = 0.689 > 0.5		
Sig kiểm định Bartlett = 0.000 < 0.05		
Tổng phương sai trích từ 1 nhân tố = 67.921 % > 50%		

(Kết quả khảo sát của luận án)

Quá trình phân tích nhân tố khám phá cho cả biến độc lập và biến phụ thuộc đều cho thấy mô hình đo lường có cấu trúc rõ ràng, ổn định và đáng tin cậy. Các giá trị KMO và Sig. Bartlett luôn đạt yêu cầu, tổng phương sai trích cao, hệ số tải nhân tố đạt chuẩn và không có biến nhiễu. Đặc biệt, việc phân nhóm biến sát với giả thuyết lý thuyết ban đầu chứng tỏ thang đo đã được xây dựng và kiểm định một cách khoa học. Những kết quả này là cơ sở vững chắc để tiến hành các bước phân tích tiếp theo như hồi quy tuyến tính.

4.2.3. Phân tích tương quan Pearson

Kết quả phân tích tương quan Pearson cho thấy tất cả các hệ số tương quan giữa bốn biến độc lập (NL, KT, CN, HĐ) với biến phụ thuộc (PT) đều có ý nghĩa thống kê (Sig. < 0,05). Cụ thể, mỗi tương quan mạnh nhất là giữa HĐ và PT, tiếp theo là CN, NL, và cuối cùng là KT. Kết quả này phù hợp với giả thuyết lý thuyết và đủ điều kiện để tiến hành phân tích hồi quy đa biến.

Bảng 4. 15. Kết quả tương quan Pearson được thể hiện trong bảng Correlations

		Tương quan				
		PT	NL	KT	CN	HĐ
PT	Tương quan	1	.530**	.481**	.607**	.695**
	Pearson					
	Sig. (2-tailed)		.000	.000	.000	.000
	N	268	268	268	268	268
NL	Tương quan	.530**	1	.526**	.333**	.324**
	Pearson					
	Sig. (2-tailed)	.000		.000	.000	.000
	N	268	268	268	268	268
KT	Tương quan	.481**	.526**	1	.334**	.307**
	Pearson					
	Sig. (2-tailed)	.000	.000		.000	.000
	N	268	268	268	268	268
CN	Tương quan	.607**	.333**	.334**	1	.414**
	Pearson					
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000		.000
	N	268	268	268	268	268
HĐ	Tương quan	.695**	.324**	.307**	.414**	1
	Pearson					
	Sig. (2-tailed)	.000	.000	.000	.000	
	N	268	268	268	268	268

***. Sự tương quan có ý nghĩa ở 0.01 level (2-tailed).*

(Kết quả khảo sát của luận án)

4.3. Thực trạng phát triển du lịch sáng tạo tại làng nghề truyền thống ở Ninh Thuận

Phần này trình bày kết quả phân tích định tính từ 37 cuộc phỏng vấn sâu (Nhóm 2) và 20 cuộc phỏng vấn du khách (Nhóm 3), kết hợp với dữ liệu giá trị bình

quân từ khảo sát định lượng, nhằm cung cấp bức tranh toàn diện về thực trạng du lịch sáng tạo tại Bàu Trúc và Mỹ Nghiệp.

4.3.1. Điểm mạnh và tiềm năng

Thứ nhất, nguồn lực văn hóa – lịch sử phong phú, cảnh quan đặc thù và sự chủ động của cộng đồng địa phương tạo nên nền tảng nguồn lực sáng tạo vững chắc cho phát triển du lịch sáng tạo tại các làng nghề truyền thống Ninh Thuận.

Kết quả phân tích định lượng cho thấy các biến NL1 (di sản văn hóa), NL2 (giá trị lịch sử) và NL3 (điều kiện tự nhiên) đều được du khách đánh giá rất cao. Điều này cho thấy các làng nghề như Bàu Trúc và Mỹ Nghiệp không chỉ là nơi sản xuất thủ công mà còn là không gian sống động của lịch sử và văn hóa bản địa, mang lại trải nghiệm sâu sắc và khác biệt cho du khách.

Đáng chú ý, các yếu tố như chất lượng nhân lực địa phương (NL6) và hoạt động quảng bá (NL7) cũng được ghi nhận có chuyển biến tích cực. Một số nghệ nhân đã chủ động nâng cao năng lực giao tiếp, kỹ năng hướng dẫn khách và kể chuyện về sản phẩm. “Tôi học được cách nói chuyện nhẹ nhàng, kể ngắn gọn cho khách hiểu. Có đoàn nước ngoài, tôi không nói được tiếng Anh, nhưng tôi dùng ảnh và cử chỉ, họ vẫn hiểu. Tôi nghĩ làm nghề giờ là phải biết chia sẻ, không chỉ làm đồ đẹp” (Nữ, 47 tuổi, nghệ nhân làm gốm, làng Bàu Trúc).

Trong khi đó, một số cá nhân trẻ và doanh nghiệp địa phương đã bắt đầu tận dụng mạng xã hội để truyền thông cho sản phẩm và trải nghiệm tại làng nghề. “Tôi mở trang fanpage cho xưởng, đăng ảnh quá trình làm, có video quay cảnh nặn gốm. Khách thấy thật thì họ tin, họ đặt lịch đến luôn” (Nam, 32 tuổi, chủ cơ sở thủ công, làng Mỹ Nghiệp).

Những nỗ lực này cho thấy người dân địa phương đang từng bước tiếp cận với tư duy du lịch sáng tạo – không chỉ dừng lại ở việc “giữ nghề”, mà đã chủ động nâng cao chất lượng tiếp cận thị trường, mở rộng kênh truyền thông và đồng hành cùng du khách để tạo nên những trải nghiệm mang tính cá nhân và văn hóa sâu sắc. “Gốm ở đây không phải để trưng bày mà để sống. Mỗi cái nôi, cái bình đều có câu chuyện. Có du khách hỏi tôi tại sao không dùng khuôn đúc, tôi bảo vì gốm của người Chăm

là đất, là tay và là nhịp tim. Làm gốm không vội, cũng như sông chậm lại để nhớ về cội nguồn.” (Nam, 50 tuổi, nghệ nhân làm gốm, làng Bàu Trúc). “Tôi thấy di sản ở làng nghề không chỉ là sản phẩm, mà là lối sống. Cái hay là người dân không cố ‘làm du lịch’, mà sống đúng với họ – điều đó tự nhiên đã là sản phẩm du lịch sáng tạo” (Nam, 45 tuổi, cán bộ văn hóa du lịch địa phương, TP. Phan Rang – Tháp Chàm).

Thứ hai, việc duy trì kỹ thuật thủ công truyền thống cùng với nỗ lực cải tiến sản phẩm đã tạo nên lợi thế về kỹ năng và thẩm mỹ – những yếu tố nền tảng của sản phẩm du lịch sáng tạo.

Trong khảo sát định lượng, KT1 (duy trì kỹ thuật truyền thống), KT5 (sử dụng nguyên liệu địa phương) và KT6 (kết hợp truyền thống – hiện đại) được đánh giá cao. Điều này cho thấy người dân làng nghề không chỉ “giữ nghề” mà còn tìm cách sáng tạo để “sống với nghề” trong bối cảnh mới. Một nghệ nhân dẹt tâm sự: “Tôi vẫn dẹt như xưa, nhưng giờ dẹt màu sắc nhẹ hơn, kiểu dáng gọn hơn. Khách du lịch bây giờ thích mang đi được, dùng được. Mình không thay nghề, chỉ làm cho nghề gần hơn với cuộc sống hiện đại.” (Nữ, 35 tuổi, nghệ nhân dẹt thổ cẩm, làng Mỹ Nghiệp). “Nhiều nghệ nhân trẻ đang thử nghiệm mô hình đặt hàng cá nhân hóa – khách chọn họa tiết, phối màu, ghi tên mình. Đó là sáng tạo dựa trên kỹ thuật truyền thống, phù hợp hoàn toàn với tinh thần du lịch sáng tạo.” (Nam, 40 tuổi, cán bộ văn hóa, Ninh Thuận).

Một ví dụ điển hình cho hướng chuyển đổi này là trường hợp của chị Thanh Hà – người đã kết hợp sáng tạo giữa kỹ thuật dẹt truyền thống và tư duy thiết kế hiện đại, từ đó hình thành một mô hình sản xuất – trải nghiệm gắn với du lịch sáng tạo.

Hộp 4.1. Câu chuyện về “Mỹ Nghiệp Fashion” – Dẹt thổ cẩm kết nối hiện đại

Chị Thanh Hà¹, người con làng nghề Mỹ Nghiệp, sau khi tốt nghiệp chuyên ngành thiết kế thời trang tại TP.HCM, đã trở về quê hương với mong muốn “thổ cẩm không chỉ nằm trong viện bảo tàng”. Chị lập nên thương hiệu “Mỹ Nghiệp

¹ Tên nhân vật không phải tên thật

Fashion” chuyên sản xuất váy áo, khăn túi thời trang ứng dụng họa tiết Chăm, đồng thời giữ lại một số kỹ thuật dệt tay truyền thống trong từng mẫu thiết kế.

Không dừng lại ở thiết kế, chị Hà còn thuê một nhóm thợ dệt lớn tuổi và mở xưởng nhỏ ngay tại làng, nơi vừa sản xuất vừa có thể cho du khách tham quan và nghe giới thiệu về từng công đoạn thủ công. “Tôi muốn du khách nhìn thấy sợi vải sống động từ chính người thợ dệt – như nhìn thấy linh hồn ngôn ngữ của làng nghề”, chị chia sẻ.

Câu chuyện của chị Hà thể hiện rất rõ tiềm năng của KT6 (kết hợp truyền thống – hiện đại) và KT3 (câu chuyện sản phẩm). Không chỉ dừng lại ở sản xuất, chị đã phát triển mô hình tích hợp “xưởng sản xuất – không gian kể chuyện – điểm tham quan”, giúp du khách không chỉ sở hữu một món đồ mà còn mang về một trải nghiệm. Việc cá nhân hóa sản phẩm, kết hợp yếu tố thẩm mỹ, ứng dụng cao và khả năng lan tỏa qua mạng xã hội chính là hướng đi phù hợp để sản phẩm làng nghề bước vào chuỗi giá trị sáng tạo toàn diện. Đây cũng là minh chứng rõ ràng cho năng lực đổi mới sản phẩm thủ công dựa trên nền tảng di sản văn hóa – điều kiện quan trọng để du lịch sáng tạo phát triển bền vững.

Thứ ba, con người – đặc biệt là các nghệ nhân – chính là chủ thể sáng tạo quan trọng trong du lịch sáng tạo làng nghề, với khả năng gìn giữ, chuyển giao và truyền cảm hứng cho du khách thông qua tương tác trực tiếp và kể chuyện bản địa. Một hướng dẫn viên nhiều năm dẫn tour làng nghề chia sẻ: “Khách rất thích được nói chuyện trực tiếp với nghệ nhân. Có người kể chuyện ông bà đời trước làm gốm, có người nói về nghi lễ dâng đất. Những câu chuyện ấy không tìm thấy trên Google đâu.” (Nữ, 31 tuổi, hướng dẫn viên, TP.HCM)

“Tôi bắt đầu kể về nghề cho khách từ những buổi sáng ngồi nặn đất. Có khách hỏi tôi tại sao bình gốm Bàu Trúc không quay bằng bàn xoay, tôi kể cả chuyện tổ tiên, chuyện lấy đất từ bờ sông. Sau đó tôi viết vài dòng, dán vào mỗi món gốm. Có khách quay lại, mang bạn bè theo, bảo họ phải nghe tôi kể. Tôi cảm thấy mình đang gìn giữ nghề không chỉ bằng tay mà bằng cả ký ức.” (Nữ, 51 tuổi, nghệ nhân làm

gốm, làng Bàu Trúc). Đây chính là minh họa cho biến CN2: nghệ nhân là người dẫn dắt trải nghiệm du lịch. Từ vai trò sản xuất, nghệ nhân trở thành “người kể chuyện” – một xu hướng quan trọng của du lịch sáng tạo hiện nay.

Thứ tư, các hoạt động tương tác, thực hành và cá nhân hóa trải nghiệm đang từng bước hình thành tại các làng nghề, cho thấy tiềm năng lớn trong việc thiết kế chuỗi trải nghiệm sáng tạo đặc thù.

Kết quả định lượng cho thấy các biến HD1 (hướng dẫn làm thủ công), HD3 (trang trí sản phẩm) và HD4 (giao lưu với nghệ nhân) có điểm đánh giá cao từ du khách. Các hoạt động này không chỉ giúp khách “xem” mà còn được “làm”, “hiểu” và “kể lại” – phù hợp hoàn toàn với tinh thần du lịch sáng tạo. Một học sinh chia sẻ: “Em chưa từng nghĩ mình sẽ ngồi nặn đất với một nghệ nhân gốm. Em nặn ra cái ly méo mó, nhưng cô ấy bảo ‘con làm bằng cảm xúc là đúng rồi’. Em rất vui và mang cái ly về nhà khoe mẹ.” (Nữ, 14 tuổi, du khách, Đà Nẵng).

Không chỉ đóng vai trò truyền cảm hứng thông qua lời kể, một số nghệ nhân còn chủ động thiết kế hoạt động trải nghiệm cho du khách, mang lại cơ hội tương tác thực hành và cảm nhận cá nhân hóa – trong đó, trường hợp của bà Ân là ví dụ điển hình.

Hộp 4.2. Câu chuyện về “Lớp học làm gốm mini” của bà Ân – Làng gốm Bàu

Trúc

Bà Ân² – một nghệ nhân gốm trung niên – bắt đầu nhận thấy du khách, đặc biệt là các gia đình có trẻ nhỏ, thường ngắm nghía sản phẩm rồi rời đi nhanh chóng. Từ trần trở đó, bà mở các lớp học nặn gốm mini tại sân nhà: chỉ cần một bàn đất, vài viên đất sét và vài chiếc que gỗ. Du khách được hướng dẫn vo tròn, nắn hình con vật, trang trí hoặc khắc tên lên sản phẩm rồi mang về làm kỷ niệm.

“Tôi thấy có bé nặn ra con cá ba mắt rồi cười khanh khách. Có gia đình ở lại hơn một tiếng chỉ để bố nặn voi, mẹ làm cốc, con tô màu. Mỗi người một sản phẩm méo mó nhưng ai cũng vui”, bà Ân kể. Ngoài việc giảng dạy, bà còn để khách nghe những mẩu chuyện về nghề gốm Chăm – từ việc lấy đất mùa nước rút đến những nghi lễ trước khi mở lò nung.

Bà không dạy theo kiểu kỹ thuật khô cứng, mà để khách tự do sáng tạo hình dáng, phối màu, thậm chí ghi tên người thân lên sản phẩm. Khi có khách quốc tế đến, bà không biết tiếng Anh nhưng vẫn dùng cử chỉ và tranh ảnh để hướng dẫn. Bà còn kể thêm những câu chuyện về đất gốm Chăm, về cách lấy đất theo mùa nước, về lò nung truyền thống không dùng điện – tất cả làm nên một trải nghiệm sống động, đa giác quan và gắn với ngữ cảnh văn hóa bản địa.

Mô hình lớp học gốm của bà Ân thể hiện rõ sự gắn kết giữa sản phẩm – người làm – người trải nghiệm. Đây là minh chứng cho biến HD1 và HD4, có thể nhân rộng và trở thành sản phẩm du lịch đặc trưng.

Thứ năm, du lịch sáng tạo tại làng nghề Ninh Thuận bước đầu hình thành được mối liên kết cảm xúc giữa du khách và cộng đồng địa phương, mở ra tiềm năng phát triển bền vững. Một du khách chia sẻ: “Tôi từng quay lại chỉ để ngồi nói chuyện với bà cụ nghệ nhân – không cần mua gì, chỉ muốn nghe chuyện cũ.” (Nam, 41 tuổi, du khách, Hà Nội). “Tour làng nghề mà khách quay lại tới 2–3 lần thì không còn là du

² Tên nhân vật không phải tên thật

lịch thông thường. Đó là sản phẩm mang tính cá nhân hóa và cảm xúc.” (Nữ, 36 tuổi, chủ doanh nghiệp lữ hành, Đà Nẵng).

Hộp 4.3. Câu chuyện của gia đình ông Ba Đạt – Phát triển du lịch cộng đồng gắn liền với nông nghiệp sạch

Ông Ba Đạt³ là một nông dân tại vùng lân cận làng gồm Bàu Trúc và Mỹ Nghiệp. Ông nhận thấy du khách đến Ninh Thuận không chỉ muốn tìm hiểu về làng nghề mà còn muốn trải nghiệm cuộc sống nông thôn và thưởng thức nông sản địa phương. Với vườn nho và vườn táo sạch của mình, ông Ba Đạt đã mạnh dạn phát triển mô hình du lịch nông nghiệp kết hợp trải nghiệm. Du khách đến đây không chỉ được tham quan vườn, tự tay hái nho, táo mà còn được thưởng thức rượu vang nho nhà làm, các món ăn đặc sản địa phương do chính gia đình ông chế biến. “Khách rất thích khi được tự tay hái quả, được ngồi trò chuyện với mình dưới giàn nho, được ăn những món ăn do chính tay mình làm từ nông sản vườn nhà. Nó không chỉ là du lịch, mà là một trải nghiệm cuộc sống thực tế”, ông Ba Đạt tâm sự. “Khách đến đây, tôi không xem là khách – là người quen. Tôi kể chuyện người Chăm canh tác, chuyện cây nho ở đất cát, chuyện giếng cổ của làng bên. Có bác khách Tây ở lại tới chiều, bảo tôi: ‘Đây không phải là tour, đây là ký ức sống’”, ông Ba Đạt nói.

Không chỉ vậy, ông còn chủ động liên kết với các hộ dân làm gốm, dệt vải để tạo thành gói trải nghiệm gốm – dệt – nông sản – bữa cơm nhà quê. Ông đưa khách tham quan làng, ghé qua nhà nghề nhân quen để nặn thử bình đất rồi quay về vườn dùng bữa, nghỉ chân dưới giàn nho.

Trường hợp của ông Ba Đạt thể hiện rõ tiềm năng mở rộng không gian sáng tạo vượt khỏi khuôn khổ làng nghề. Sự tích hợp giữa nông nghiệp – thủ công – đời sống bản địa chính là mô hình du lịch sáng tạo tổng hợp, bền vững và nhân văn. Nó không chỉ giúp tăng thời gian lưu trú, nâng cao giá trị chi tiêu mà còn tạo kết nối cộng đồng – điều kiện quan trọng trong phát triển du lịch bền vững. Mô hình này mở rộng

³ Tên nhân vật không phải tên thật

không gian sáng tạo ra ngoài làng nghề, kết nối với nông nghiệp và đời sống cộng đồng. “Việc kết nối làng nghề với các mô hình nông nghiệp sạch, ẩm thực truyền thống sẽ tạo nên một chuỗi giá trị hấp dẫn, đóng góp cho phát triển bền vững.” (Nam, 52 tuổi, chuyên gia kinh tế, TP Hồ Chí Minh). Đây là hướng đi cần được quy hoạch đồng bộ, đặc biệt là về giao thông, tiện ích du lịch và chính sách hỗ trợ hộ dân.

4.3.2. Hạn chế và thách thức

Dù có nhiều điểm mạnh, du lịch sáng tạo tại làng nghề truyền thống Ninh Thuận vẫn đang đối mặt với không ít rào cản trong quá trình triển khai thực tiễn. Những thách thức này không chỉ cản trở việc nâng cao trải nghiệm du khách mà còn ảnh hưởng trực tiếp đến tính bền vững và khả năng mở rộng mô hình.

Thứ nhất, hạ tầng và cơ sở vật chất phục vụ du lịch tại các làng nghề còn thiếu đồng bộ, gây cản trở cho việc tổ chức các hoạt động sáng tạo một cách bài bản (NL5). Nhiều nghệ nhân và doanh nghiệp du lịch phản ánh trong phỏng vấn sâu rằng thiếu không gian trưng bày, bãi đỗ xe, nhà vệ sinh và cơ sở lưu trú phù hợp là rào cản lớn.

Tại Bàu Trúc và Mỹ Nghiệp, không gian trải nghiệm như khu nặn gốm, dệt khăn, trưng bày sản phẩm đã được mở rộng và bước đầu đáp ứng nhu cầu của du khách. Tuy nhiên, hầu hết các hạng mục vẫn do người dân tự đầu tư, thiếu sự quy hoạch tổng thể và liên kết chức năng giữa các điểm. Việc thiếu bảng chỉ dẫn rõ ràng, đội ngũ hướng dẫn bài bản, cùng hệ thống vệ sinh, nghỉ ngơi và đỗ xe đạt chuẩn đã làm giảm chất lượng trải nghiệm – đặc biệt với khách đoàn và khách quốc tế.

“Không gian làng nghề giờ đã rộng rãi hơn trước, có khu nặn gốm, có gian trưng bày đẹp, nhưng thiếu người hướng dẫn bài bản. Có lúc khách đông, mọi thứ hơi rối, không có ai điều phối chung.” (Nam, 33 tuổi, hướng dẫn viên nội địa, Đà Nẵng)

“Bây giờ có chỗ cho khách làm thử gốm, dệt thử khăn, nhưng bảng chỉ dẫn còn ít, thông tin giới thiệu sản phẩm chưa rõ ràng. Nếu muốn để khách hiểu sâu hơn thì phải làm tốt khâu truyền thông tại chỗ.” (Nam, 45 tuổi, cán bộ văn hóa du lịch địa phương, TP Phan Rang)

Tình trạng này cho thấy dù hạ tầng vật lý đã có cải thiện, song hạ tầng tổ chức và vận hành du lịch sáng tạo vẫn còn nhiều hạn chế, thiếu tính kết nối hệ thống giữa không gian, con người và nội dung trải nghiệm.

Thứ hai, mặc dù đã có sự hỗ trợ từ một số cá nhân có chuyên môn về thiết kế và truyền thông, nhiều nghệ nhân vẫn gặp khó khăn trong việc hiện thực hóa ý tưởng sáng tạo do hạn chế về chi phí và năng lực định hình sản phẩm (KT2, KT3).

Thực tế tại hai làng nghề cho thấy một số bạn trẻ, sinh viên mỹ thuật hoặc người làm thiết kế tự do đã về làng để hỗ trợ nghệ nhân phát triển mẫu mã mới, chụp hình sản phẩm hoặc dựng video truyền thông. Tuy nhiên, khó khăn lại nằm ở việc chuyển từ ý tưởng sáng tạo sang sản phẩm thương mại hóa thực sự, do chi phí vật liệu cao, quy mô sản xuất nhỏ lẻ, và nghệ nhân vẫn thiếu tự tin khi tiếp cận thị trường mới. “Tôi có bạn trẻ hỗ trợ chụp ảnh, dựng clip, làm bài viết để đưa lên mạng. Cái đó rất quý. Nhưng tôi vẫn lo là làm mẫu mới thì chi phí cao, lỡ bán không được thì lỗ. Nhiều khi muốn làm nhưng sợ rủi ro” (Nữ, 48 tuổi, nghệ nhân thổ cẩm, làng Mỹ Nghiệp). “Có người hỗ trợ tôi thiết kế logo, dựng concept ‘gốm kể chuyện’, nhưng khi triển khai thì tôi không biết bắt đầu từ đâu: làm sản phẩm theo mẫu nào? bán giá bao nhiêu? đóng gói thế nào? Không có người hướng dẫn sát sao.” (Nam, 56 tuổi, nghệ nhân gốm, làng Bàu Trúc)

Điều này cho thấy, dù đã có lực lượng hỗ trợ về kỹ thuật và truyền thông, các nghệ nhân vẫn cần những chương trình cố vấn dài hơi, kết nối giữa ý tưởng – sản xuất – thị trường thay vì chỉ hỗ trợ ngắn hạn. Việc thiếu cơ chế tài chính phù hợp và kỹ năng quản lý thương hiệu cá nhân cũng khiến nhiều sáng kiến vẫn dừng ở mức thử nghiệm.

Thứ ba, thiếu sự liên kết và điều phối tour tuyến đang khiến trải nghiệm du lịch làng nghề trở nên rời rạc, kém hấp dẫn và khó mở rộng theo chuỗi (HD7).

Một số doanh nghiệp lữ hành đã chủ động thiết kế tour kết nối các điểm như làng gốm – làng dệt – vườn nho – bữa cơm nhà dân, tuy nhiên phần lớn vẫn phụ thuộc vào quan hệ cá nhân với các hộ dân và thiếu cơ chế phối hợp chính thức. Việc mỗi điểm đến tổ chức theo cách riêng, không có “người kể chuyện chung” khiến trải

nghiệm của du khách thiếu mạch truyện và chiều sâu văn hóa. “Tôi từng xây tour ‘Một ngày sống như người Chăm’ nhưng không triển khai được lâu vì mỗi nơi hoạt động rời rạc, hôm thì nghệ nhân vắng, hôm thì quán cơm không phục vụ. Không có đơn vị nào đứng ra kết nối tổng thể” (Nam, 40 tuổi, Chủ doanh nghiệp lữ hành, Ninh Thuận). “Khách nước ngoài thích nghe kể chuyện, hiểu bối cảnh. Nhưng ở đây mỗi điểm một cách làm, không có hướng dẫn chung, không có người dẫn mạch văn hóa từ đầu đến cuối” (Nữ, 36 tuổi, hướng dẫn viên quốc tế, TP.HCM).

Nếu không có chiến lược quy hoạch không gian văn hóa – trải nghiệm đa điểm và cơ chế điều phối chung, du lịch sáng tạo tại các làng nghề truyền thống khó có thể trở thành chuỗi giá trị du lịch văn hóa bền vững.

- Thứ tư, mặc dù chính quyền Ninh Thuận đã có nhiều nỗ lực trong xây dựng chính sách và triển khai hỗ trợ phát triển du lịch làng nghề, sự phối hợp giữa chính quyền và người dân vẫn còn thiếu đồng thuận, dẫn đến hiệu quả chưa như kỳ vọng (CN3, CN4).

Thực tế cho thấy, tỉnh đã có những bước đi tích cực: ban hành đề án phát triển du lịch cộng đồng gắn với bảo tồn làng nghề truyền thống, hỗ trợ tập huấn, xây dựng mô hình điểm và xúc tiến quảng bá sản phẩm thủ công. Tuy nhiên, trong quá trình triển khai tại cấp làng, sự phối hợp giữa chính quyền và các hộ dân vẫn chưa thật sự ăn ý, đặc biệt là ở khâu chia sẻ thông tin, huy động sự tham gia và theo dõi đánh giá hoạt động. “Tỉnh tổ chức nhiều lớp tập huấn, mời cả chuyên gia về dạy. Nhưng người dân mình còn e ngại, đi học chỉ vài buổi rồi nghỉ. Có cái hỗ trợ nhưng không ai đứng ra vận hành lâu dài thì đầu vào đó” (Nam, 40 tuổi, cán bộ văn hóa, Ninh Thuận). “Tôi thấy chính quyền hỗ trợ nhiều: cả truyền thông, giới thiệu tour, thậm chí còn đưa sản phẩm đi hội chợ. Nhưng người dân làm mạnh ai nấy làm, chưa có sự thống nhất. Nếu liên kết được thì hay lắm” (Nữ, 42 tuổi, nghệ nhân làm gốm, làng Bàu Trúc).

Vấn đề không nằm ở sự thiếu hỗ trợ, mà là chưa có cơ chế phối hợp chặt chẽ để đồng hành cùng nhau giữa chính quyền – doanh nghiệp – nghệ nhân. Một số nghệ nhân vẫn còn tâm lý tự làm, tự xoay, trong khi chính quyền thiếu cơ chế lắng nghe thường xuyên từ người dân để điều chỉnh hoạt động hỗ trợ phù hợp hơn với thực tiễn.

4.3.3. Tác động xã hội - văn hóa của du lịch sáng tạo tại làng nghề

Bên cạnh các điểm mạnh và hạn chế, luận án nhận diện những tác động xã hội - văn hóa mà quá trình phát triển du lịch sáng tạo đang tạo ra tại các làng nghề, bao gồm cả tác động tích cực và rủi ro cần kiểm soát.

Về tác động tích cực: Kết quả phỏng vấn sâu cho thấy du lịch sáng tạo đã và đang đóng vai trò quan trọng trong việc phục hồi ý thức bảo tồn nghề truyền thống, đặc biệt ở thế hệ trẻ Chăm. Khi du khách thể hiện sự ngưỡng mộ và trân trọng đối với kỹ thuật thủ công, các nghệ nhân và người trẻ trong làng cảm nhận được giá trị văn hóa của mình, từ đó tăng cường động lực gìn giữ và phát triển nghề. Một nghệ nhân trẻ chia sẻ: "Trước đây tôi muốn lên thành phố làm, nhưng khi thấy khách nước ngoài mê mọt học dệt, tôi hiểu nghề của mình quý giá lắm" (Nữ, 24 tuổi, nghệ nhân dệt, Mỹ Nghiệp). Du lịch sáng tạo cũng thúc đẩy giao lưu văn hóa hai chiều, giúp cộng đồng Chăm mở rộng tầm nhìn về giá trị di sản trong bối cảnh toàn cầu hóa.

Về rủi ro cần kiểm soát: Như đã cảnh báo từ cơ sở lý luận (Chương 2, MacCannell 1973, Greenwood 1989), quá trình thương mại hóa du lịch tiềm ẩn nguy cơ biến đổi giá trị truyền thống. Tại Bàu Trúc, một số hộ gia đình đã bắt đầu sản xuất "gốm du lịch" - sản phẩm đơn giản, giá rẻ, sản xuất nhanh để bán số lượng lớn cho du khách. Một cán bộ văn hóa địa phương cảnh báo: "Nếu không cẩn thận, gốm Bàu Trúc sẽ đi theo vết xe đổ của một số làng gốm khác - sản phẩm đại trà thay thế hàng tinh xảo, mất dần bản sắc" (Nam, 52 tuổi, cán bộ Sở VH-TT-DL). Tại Mỹ Nghiệp, việc chuyển sang sử dụng sợi công nghiệp thay cho sợi tự nhiên tuy tăng năng suất nhưng cũng làm giảm tính "nguyên bản" (authenticity) của sản phẩm - một nghịch lý cần được quản lý.

Ngoài ra, áp lực từ du lịch lên cấu trúc xã hội cộng đồng cũng bắt đầu xuất hiện: phân hóa thu nhập giữa hộ có tham gia du lịch và hộ không tham gia, thay đổi vai trò giới khi phụ nữ Chăm vừa làm nghệ nhân vừa phải phục vụ du khách, và sự xâm nhập của lối sống đô thị vào không gian làng nghề. Theo lý thuyết trao đổi xã hội (Ap, 1992), nếu cộng đồng nhận thấy chi phí (mất bản sắc, áp lực xã hội) vượt quá lợi ích (thu nhập, danh tiếng), thái độ ủng hộ du lịch sẽ suy giảm. Do đó, cần có

cơ chế giám sát và đánh giá tác động xã hội - văn hóa thường xuyên, đảm bảo phát triển DLST không làm tổn hại đến chính nền tảng di sản mà nó dựa vào.

4.4. Kiểm định mô hình và giả thuyết nghiên cứu

4.4.1. Phân tích hồi quy đa biến

Kiểm định ANOVA: Sig. = 0,000 ($< 0,05$) $\rightarrow$ bác bỏ H_0 ($R^2 = 0$), mô hình hồi quy phù hợp về mặt thống kê.

Bảng 4. 16. Kết quả ANOVA

Nguồn biến thiên	Tổng bình phương	Bậc tự do (df)	Bình phương trung bình	Giá trị F	Mức ý nghĩa (Sig.)
Hồi quy	74,093	4	18,523	138,664	0,000
Sai số (Residual)	35,132	263	0,134		
Tổng	109,226	267			

(Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu khảo sát của luận án)

Mức độ giải thích: R^2 hiệu chỉnh = 0,673, nghĩa là bốn nhân tố (NL, KT, CN, HD) giải thích được 67,3% sự biến thiên của biến phụ thuộc PT. Đây là mức độ giải thích cao, cho thấy mô hình có năng lực dự báo tốt. Hệ số Durbin-Watson = 1,996 (nằm trong khoảng 1,5-2,5) $\rightarrow$ không có hiện tượng tự tương quan phần dư.

Bảng 4. 17. Model Summary

Mô hình	Hệ số tương quan (R)	Hệ số xác định (R^2)	Hệ số xác định hiệu chỉnh (Adjusted R^2)	Sai số chuẩn của ước lượng	Durbin-Watson
1	0,824	0,678	0,673	0,36549	1,996

(Kết quả khảo sát của luận án)

4.4.2. Kết quả kiểm định giả thuyết

Kết quả phân tích hồi quy cho thấy cả bốn biến độc lập đều có tác động có ý nghĩa thống kê đến biến phụ thuộc (Sig. < 0,05). Hệ số VIF của tất cả biến đều < 5, khẳng định không có đa cộng tuyến.

Bảng 4. 18. Hệ số hồi quy

Biến	B	Sai số chuẩn (Std. Error)	Beta (chuẩn hóa)	t	Sig.	VIF
Hằng số	0,089	0,140		0,638	0,524	
NL	0,185	0,037	0,213	5,019	0,000	1,468
KT	0,107	0,036	0,126	2,987	0,003	1,456
CN	0,262	0,035	0,303	7,585	0,000	1,305
HĐ	0,404	0,035	0,462	11,665	0,000	1,282

(Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu khảo sát của luận án)

Phương trình hồi quy chuẩn hóa: $PT = 0,462 \times HĐ + 0,303 \times CN + 0,213 \times NL + 0,126 \times KT$

Bảng 4. 19. Tổng hợp kết quả kiểm định giả thuyết nghiên cứu

Giả thuyết	Nội dung	Beta chuẩn hóa	Sig.	Kết luận
H1	Nguồn lực sáng tạo (NL) tác động tích cực (+) đến phát triển DLST	0,213	< 0,05	Chấp nhận
H2	Kỹ thuật và quá trình sáng tạo (KT) tác động tích cực (+) đến phát triển DLST	0,126	< 0,05	Chấp nhận
H3	Con người sáng tạo (CN) tác động tích cực (+) đến phát triển DLST	0,303	< 0,05	Chấp nhận
H4	Hoạt động sáng tạo (HĐ) tác động tích cực (+) đến phát triển DLST	0,462	< 0,05	Chấp nhận

(Nguồn: Kết quả phân tích hồi quy)

Cả bốn giả thuyết đều được chấp nhận. Thứ tự mức độ tác động từ mạnh đến yếu: Hoạt động sáng tạo ($\beta = 0,462$) > Con người sáng tạo ($\beta = 0,303$) > Nguồn lực sáng tạo ($\beta = 0,213$) > Kỹ thuật và quá trình sáng tạo ($\beta = 0,126$).

Bảng 4. 20. Kiểm định các giả định của mô hình hồi quy

Giả định của mô hình	Phương pháp kiểm định	Kết quả	Kết luận
Phân phối chuẩn của phần dư	Biểu đồ Histogram của phần dư chuẩn hóa	Phần dư phân bố xấp xỉ dạng chuông (Mean $\approx$ 0; Std.Dev $\approx$ 1)	Phần dư có phân phối chuẩn
Tính chuẩn của phần dư	Biểu đồ Normal P–P Plot	Các điểm quan sát phân bố gần đường chéo	Giả định phân phối chuẩn được thỏa mãn
Phương sai không đổi (Homoscedasticity)	Biểu đồ Scatterplot giữa phần dư chuẩn hóa và giá trị dự đoán chuẩn hóa	Các điểm phân bố ngẫu nhiên, không tạo thành hình dạng cụ thể	Không có hiện tượng phương sai thay đổi

(Nguồn: Kết quả phân tích dữ liệu khảo sát của luận án)

4.4.3. Phân tích chi tiết các nhân tố ảnh hưởng

Phần này phân tích chi tiết từng nhân tố theo ba tuyến: (i) kết quả giá trị bình quân từ khảo sát định lượng; (ii) giải thích "vì sao" dựa trên bối cảnh đặc thù của làng nghề Chăm và lý thuyết nền tảng; (iii) minh họa bằng bằng chứng định tính từ phỏng vấn sâu. Cách tiếp cận này đáp ứng yêu cầu không chỉ nêu hệ số tác động mạnh/yếu mà phải lý giải dựa trên đặc thù bối cảnh.

4.4.3.1. Nhân tố Nguồn lực sáng tạo (NL) - $\beta = 0,213$

Nhân tố NL có tác động tích cực thứ ba ($\beta = 0,213$) đến phát triển DLST. Giá trị bình quân các biến quan sát dao động từ 2,39 (NL7 - quảng bá, xúc tiến) đến 3,94

(NL1 - di sản văn hóa). Du khách đánh giá rất cao di sản văn hóa (3,94), cảnh quan tự nhiên (3,89), tài nguyên lịch sử (3,83), nhưng đánh giá thấp cơ sở vật chất hạ tầng (2,43) và quảng bá xúc tiến (2,39).

Bảng 4. 21. Kết quả giá trị bình quân nhân tố nguồn lực (NL) sáng tạo

Bối cảnh sáng tạo (nguồn lực sáng tạo)	Cỡ mẫu	Giá trị thấp nhất	Giá trị cao nhất	Trung bình	Độ lệch chuẩn
Di sản văn hóa truyền thống đặc sắc của làng nghề thủ công truyền thống Ninh Thuận	268	1	5	3.94	1.044
Tài nguyên lịch sử của làng nghề thủ công truyền thống Ninh Thuận	268	1	5	3.75	.972
Điều kiện tự nhiên, cảnh quan nghề thủ công truyền thống - Ninh Thuận	268	1	5	3.89	1.058
Điều kiện kinh tế xã hội và an ninh chính trị	268	1	5	3.29	.864
Đánh giá điều kiện cơ sở vật chất kỹ thuật và hạ tầng, dịch vụ hỗ trợ du lịch	268	1	5	2.43	.967
Đánh giá điều kiện nguồn nhân lực	268	1	5	3.23	.895
Đánh giá về quảng bá, xúc tiến du lịch	268	1	5	2.39	.915

(Kết quả khảo sát của luận án)

Theo mô hình Richards (2011), nguồn lực sáng tạo tương ứng với "creative background" - nền tảng sáng tạo. Nguồn lực đóng vai trò "nguyên liệu thô" cho quá trình đồng tạo giá trị (Prahalad và Ramaswamy, 2004). Tại Bàu Trúc và Mỹ Nghiệp, nguồn lực đặc biệt phong phú: nghệ thuật gốm Chăm được UNESCO ghi danh, kỹ thuật tay không bàn xoay độc nhất, hệ thống hoa văn dệt mang chiều sâu tâm linh. Tuy nhiên, mức tác động chỉ đứng thứ ba - thấp hơn HD và CN - cho thấy nguồn lực dù giàu có nhưng không tự nó tạo ra phát triển nếu thiếu hoạt động trải nghiệm và

con người truyền đạt. Kết quả này phù hợp với nhận định của Richards và Wilson (2007): du lịch sáng tạo đang chuyển dịch từ tài nguyên hữu hình (tangible) sang tài nguyên vô hình (intangible) - hình ảnh, câu chuyện, bầu không khí, sự tương tác.

Sự chênh lệch lớn giữa điểm đánh giá di sản văn hóa (3,94) và quảng bá (2,39) phản ánh một nghịch lý thực tiễn: Ninh Thuận sở hữu tài nguyên di sản đặc sắc nhưng chưa biết cách "kể câu chuyện" và "đưa di sản đến với du khách". Kết quả phỏng vấn xác nhận: "Di sản văn hóa và cảnh quan của làng nghề là vô giá, nhưng chúng ta chưa thực sự biết cách kể câu chuyện đó" (Nam, 43 tuổi, chuyên gia du lịch). Hạ tầng thấp (2,43) cũng là rào cản: thiếu biển chỉ dẫn song ngữ, bãi đỗ xe, nhà vệ sinh - những yếu tố cơ bản mà du khách kỳ vọng.

Kết quả phù hợp với Vũ Nam (2024) tại bối cảnh Việt Nam - nguồn lực sáng tạo là điều kiện cần nhưng không đủ. Tương tự nghiên cứu của Baixinho và cộng sự (2021) tại Bồ Đào Nha - du lịch sáng tạo ở vùng nông thôn phụ thuộc vào cách khai thác nguồn lực hơn là bản thân nguồn lực.

4.4.3.2. Nhân tố Kỹ thuật và quá trình sáng tạo (KT) - $\beta = 0,126$

KT có tác động yếu nhất ($\beta = 0,126$) nhưng vẫn có ý nghĩa thống kê. Giá trị bình quân dao động từ 2,29 (KT2 - sản phẩm chưa đủ hấp dẫn) đến 3,78 (KT1 - nguyên liệu độc đáo). Du khách đánh giá cao nguyên liệu (3,78) và phương pháp thủ công (3,72), nhưng đánh giá thấp sản phẩm (2,29), không gian (2,32) và câu chuyện nguồn gốc (2,37).

Bảng 4. 22. Kết quả giá trị bình quân nhân tố Kỹ thuật và quá trình sáng tạo (KT)

	Cỡ mẫu	Giá trị thấp nhất	Giá trị cao nhất	Trung bình	Độ lệch chuẩn
Đánh giá về nguồn nguyên liệu độc đáo	268	1	5	3.88	1.023
Đánh giá về sản phẩm độc đáo, đa dạng và hấp dẫn	268	1	5	2.29	1.001

Đánh giá về câu chuyện (truyền thuyết) về nguồn gốc của làng nghề thú vị và độc đáo	268	1	5	2.37	.896
Đánh giá về tính xác thực của làng (nguồn gốc) và quá trình sản xuất	268	1	5	3.29	1.026
Đánh giá phương pháp làm gốm và dệt vải (từ khâu chuẩn bị đến hoàn thiện) đều làm hoàn toàn bằng thủ công	268	1	5	3.93	1.033
Đánh giá địa điểm và không gian được thiết kế kích thích sự sáng tạo	268	1	5	2.32	.870

(Kết quả khảo sát của luận án)

Theo lý thuyết đồng tạo giá trị, quy trình sản xuất cần "accessible" - có thể tiếp cận - để du khách tham gia đồng tạo. Tại Bàu Trúc và Mỹ Nghiệp, kỹ thuật làm gốm/dệt vải cực kỳ độc đáo (nung lộ thiên, tay không bàn xoay, khung dệt truyền thống) nhưng mức độ "chuyển giao" cho du khách còn hạn chế. Du khách nhìn thấy kỹ thuật cao siêu nhưng khó tái tạo trải nghiệm sâu trong thời gian ngắn. Nghệ nhân chia sẻ: "Khách chỉ nhìn qua loa, họ không hiểu sâu" (Nữ, 48 tuổi, nghệ nhân gốm, Bàu Trúc). Nói cách khác, kỹ thuật là "vốn" quý nhưng chưa được "đóng gói" thành sản phẩm trải nghiệm hiệu quả - khoảng cách giữa tri thức ngầm (tacit knowledge) của nghệ nhân và khả năng tiếp nhận của du khách còn lớn.

Tại Nhật Bản (Arita, Bizen), khoảng cách này được thu hẹp nhờ hệ thống workshop chuẩn hóa, với artisan guide chuyên nghiệp. Tại Thái Lan (Ban Tha Sawang), trải nghiệm dệt được thiết kế theo mức độ từ dễ đến khó. Bài học: Ninh Thuận cần "thiết kế trải nghiệm" (experience design) để chuyển giao kỹ thuật thành sản phẩm DLST.

4.4.3.3. Nhân tố Con người sáng tạo (CN) - $\beta = 0,303$

CN có tác động mạnh thứ hai ($\beta = 0,303$). Giá trị bình quân từ 3,28 (CN3 - doanh nghiệp) đến 4,05 (CN1 - người dân). Du khách đánh giá rất cao thái độ thân

thiện của người dân (4,05) và nghệ nhân (4,02), nhưng đánh giá thấp hơn vai trò doanh nghiệp (3,28) và chính quyền (3,94).

Bảng 4. 23. Kết quả giá trị bình quân nhân tố

	Cỡ mẫu	Giá trị thấp nhất	Giá trị cao nhất	Trung bình	Độ lệch chuẩn
Đánh giá về thái độ của người địa phương	268	1	5	4.05	1.050
Đánh giá về thái độ của nghệ nhân nông thôn	268	1	5	4.02	.905
Đánh giá về thái độ doanh nghiệp sản xuất tại làng nghề	268	1	5	3.94	.956
Đánh giá về thái độ chính quyền sở tại	268	1	5	3.28	.857

(Kết quả khảo sát của luận án)

Theo lý thuyết trao đổi xã hội (Ap, 1992), thái độ và mức độ tham gia của cộng đồng phụ thuộc vào nhận thức lợi ích - chi phí. Tại Bàu Trúc và Mỹ Nghiệp, cộng đồng Chăm có truyền thống hiếu khách và tự hào về di sản, tạo nên "hệ sinh thái con người" thuận lợi cho DLST. Theo Richards (2011), "creative people" - con người sáng tạo - tạo ra bầu không khí và quy trình sáng tạo, là yếu tố quyết định chất lượng trải nghiệm. Du khách ghi nhận: "Người dân ở đây rất hiếu khách và thân thiện. Các nghệ nhân rất nhiệt tình chỉ dẫn, tôi cảm thấy như được hòa mình vào cuộc sống của họ" (Nữ, 28 tuổi, du khách, TP.HCM).

Doanh nghiệp (3,28) là mắt xích yếu nhất. Trong khi người dân và nghệ nhân có thái độ tốt, vai trò tổ chức - kết nối - thương mại hóa của doanh nghiệp du lịch chưa phát huy. Điều này phù hợp với đặc thù Ninh Thuận - thiếu doanh nghiệp DLST chuyên nghiệp, du lịch làng nghề chủ yếu tự phát. Giải pháp: cần xây dựng cơ chế hợp tác công - tư - cộng đồng (public-private-community partnership) theo kinh nghiệm Hàn Quốc (Korean Craft Village program) và Thái Lan (OTOP).

4.4.3.4. Nhân tố Hoạt động sáng tạo (HĐ) - $\beta = 0,462$

HĐ có tác động mạnh nhất ($\beta = 0,462$) - gần gấp đôi nhân tố đứng thứ hai (CN = 0,303). Giá trị bình quân dao động từ 2,25 (HĐ8 - thuyết minh viên) đến 4,01 (HĐ2 - xem biểu diễn). Du khách đánh giá cao xem biểu diễn (4,01), trò chuyện nghệ nhân (3,88), mua sắm (3,79), nhưng đánh giá rất thấp thuyết minh viên (2,25), dạy làm thủ công (2,38), và công nghệ (2,52).

Bảng 4. 24. Kết quả giá trị bình quân nhân tố

Hoạt động sáng tạo (sáng tạo là hoạt động)	Cỡ mẫu	Giá trị thấp nhất	Giá trị cao nhất	Trung bình	Độ lệch chuẩn
Đánh giá về các hoạt động dạy làm gốm, dệt vải của nghệ nhân	268	1	5	2.38	.942
Đánh giá về hoạt động xem nghệ nhân biểu diễn làm gốm, dệt vải	268	1	5	4.01	1.020
Đánh giá về hoạt động cùng nghệ nhân tham gia làm họa tiết trang trí cho gốm, cho vải.	268	1	5	3.29	.854
Đánh giá về hoạt động trò chuyện giữa nghệ nhân và du khách	268	1	5	2.47	.969
Đánh giá về hoạt động triển lãm về làng gốm, làng dệt	268	1	5	3.31	.697
Đánh giá về hoạt động công nghệ phục vụ du khách được sử dụng tại làng gốm, làng dệt	268	1	5	2.52	.966
Đánh giá về hoạt động mua sắm tại làng gốm, làng dệt	268	1	5	3.97	1.009
Đánh giá về thuyết minh viên tại điểm	268	1	5	2.25	.971

(Kết quả khảo sát của luận án)

Theo Richards (2011), "creativity as activity" - sáng tạo như hoạt động - là cốt lõi của du lịch sáng tạo, là điểm phân biệt căn bản với du lịch văn hóa truyền thống (xem nhưng không làm) và du lịch trải nghiệm (làm nhưng không sáng tạo). Theo lý thuyết đồng tạo giá trị, hoạt động sáng tạo chính là "điểm giao" (encounter point) nơi du khách và cộng đồng gặp nhau để cùng tạo ra trải nghiệm. Tại Bàu Trúc và Mỹ Nghiệp, du khách ghi nhận cao nhất hoạt động "xem nghệ nhân biểu diễn" (4,01) - hoạt động trực quan, dễ tiếp cận, tạo ấn tượng mạnh. Tuy nhiên, các hoạt động đòi hỏi sự tham gia sâu hơn (dạy làm: 2,38, công nghệ: 2,52) lại bị đánh giá thấp - cho thấy chuỗi hoạt động DLST tại đây mới ở giai đoạn "xem" chứ chưa đến "làm" và "sáng tạo".

Biến HD6 (ứng dụng công nghệ) chỉ đạt 2,52 - mức thấp. Điều này phản ánh thực tế rằng ứng dụng công nghệ số (AR/VR, digital storytelling, AI) tại làng nghề Ninh Thuận gần như chưa có. Tuy nhiên, xu hướng du lịch sáng tạo thế giới đang hướng mạnh vào công nghệ (Đào Minh Ngọc, 2024). Đây vừa là hạn chế vừa là cơ hội phát triển trong tương lai - cần được nhấn mạnh trong giải pháp.

Muốn phát triển DLST tại làng nghề, ưu tiên hàng đầu là thiết kế và đa dạng hóa hoạt động sáng tạo - từ workshop thủ công nhiều cấp độ (theo kinh nghiệm Nhật Bản, Thái Lan) đến ứng dụng công nghệ số tái hiện lịch sử làng nghề. Thuyết minh viên - yếu tố quan trọng nhưng đánh giá thấp nhất (2,25) - cần được đào tạo chuyên nghiệp, biến thành "người kể chuyện" (storyteller) truyền cảm hứng.

4.4.3.5. Biến phụ thuộc - Phát triển du lịch sáng tạo tại làng nghề (PT)

Bảng 4. 25. Kết quả giá trị bình quân nhân tố

	Cỡ mẫu	Giá trị thấp nhất	Giá trị cao nhất	Trung bình	Độ lệch chuẩn
Mong muốn tham gia nhiều hoạt động sáng tạo hơn nữa tại làng.	268	1	5	3.78	.756

Mức độ hấp dẫn của điểm tham quan làng nghề.	268	1	5	3.29	.782
Mong muốn quay lại làng nghề	268	1	5	2.58	.791

(Kết quả khảo sát của luận án)

Tổng hợp kết quả cho thấy du lịch sang tạo tại Bàu Trúc và Mỹ Nghiệp đang ở giai đoạn đầu phát triển - du khách có trải nghiệm tích cực ban đầu nhưng kỳ vọng nhiều hơn, đặc biệt ở các hoạt động tham gia sâu. Khoảng cách giữa đánh giá cao nguồn lực/con người (3,5-4,05) và đánh giá thấp hoạt động/hạ tầng/công nghệ (2,25-2,52) chính là "khoảng trống phát triển" mà các giải pháp tại Chương 5 cần hướng đến.

4.5. Kiểm định sự khác biệt theo đặc điểm du khách

Luận án sử dụng kiểm định Independent Samples T-Test và One-Way ANOVA để phân tích sự khác biệt trong đánh giá phát triển DLST theo các đặc điểm nhân khẩu học của du khách.

4.5.1. Kết quả kiểm định sự khác biệt (Independent samples T test) về giới tính về phát triển du lịch sáng tạo tại làng nghề truyền thống Ninh Thuận

Bảng 4. 26. Kết quả kiểm định sự khác biệt (Independent samples T test)

Kiểm định sự khác biệt									
	Kiểm định Levene về sự bằng nhau của phương sai		t-test for Equality of Means						
						Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)			Lower	Upper

PT	Giả định phương sai bằng nhau	.453	.501	.244	266	.808	.01943	.0796 8	-.13745	.1763 0
	Không giả định phương sai bằng nhau			.241	222.9 09	.810	.01943	.0805 8	-.13936	.1782 2

(Kết quả khảo sát của luận án)

Sig Levene's Test bằng $0.501 > 0.05$. Ta sử dụng kết quả sig kiểm định t hàng Equal variances assumed. Sig kiểm định t bằng $0.808 > 0.05$, như vậy không có sự khác biệt đánh giá phát triển du lịch sáng tạo giữa các đáp viên có giới tính khác nhau.

Về mặt thống kê, điều này cho thấy giới tính không phải là yếu tố tạo nên sự phân hóa rõ rệt trong cảm nhận và đánh giá của du khách về phát triển du lịch sáng tạo tại địa phương. Cả nam và nữ, dù đến từ các nhóm khác nhau, đều có xu hướng đánh giá khá đồng đều về trải nghiệm, mức độ hài lòng và tiềm năng phát triển của các sản phẩm và hoạt động du lịch sáng tạo tại Bàu Trúc và Mỹ Nghiệp.

Điều này là hợp lý trong bối cảnh thực tiễn tại hai làng nghề hiện nay, nơi:

- Sản phẩm trải nghiệm mang tính thủ công, nghệ thuật và văn hóa cao, phù hợp với cả hai giới, không mang tính đặc thù về giới như các hoạt động thể thao, phiêu lưu mạo hiểm.

- Cả nam và nữ đều có thể tham gia trực tiếp vào hoạt động sáng tạo, từ nặn gốm, trang trí sản phẩm đến dệt thổ cẩm, nghe kể chuyện làng nghề – đều là những hoạt động đòi hỏi sự tỉ mỉ, cảm xúc và gắn kết cá nhân hơn là phân vai giới.

- Không gian và cách tổ chức trải nghiệm hiện nay cũng chưa thiên lệch về tiếp cận truyền thống giới, mà vẫn mang tính mở, thân thiện, dễ tham gia với mọi đối tượng.

Một nghệ nhân gốm tại Bàu Trúc chia sẻ: “Tôi thấy khách nam hay nữ đến đây đều thích tự tay làm gốm. Có bác trai đứng cả giờ để nặn cho bằng được cái bình. Còn mấy cô gái trẻ thì thích tô màu. Họ đều hào hứng như nhau” (Nam, 56 tuổi, nghề

nhân làm gốm, làng Bàu Trúc). Một hướng dẫn viên du lịch cũng cho biết: “Tour làng nghề là dạng du lịch cảm xúc – du khách thích vì được chạm vào văn hóa. Không phân biệt nam hay nữ, chỉ cần ai yêu văn hóa là có thể cảm” (Nữ, 34 tuổi, hướng dẫn viên, Ninh Thuận).

Như vậy, kết quả kiểm định thống kê không chỉ phản ánh độ tin cậy về mặt dữ liệu, mà còn phù hợp với thực tiễn tiếp cận du lịch sáng tạo tại hai làng nghề: nơi mà bản sắc văn hóa địa phương, tính chân thực trong trải nghiệm và sự kết nối giữa con người – nghề – đất là yếu tố chính hấp dẫn du khách, chứ không phải giới tính.

4.5.2. Kết quả kiểm định sự khác biệt (Independent samples T test) về độ tuổi về phát triển du lịch sáng tạo tại làng nghề truyền thống Ninh Thuận.

Bảng 4. 27. Kết quả Test of Homogeneity of Variances

Kiểm định Homogeneity of Variances

		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
PT	<i>Dựa trên ý nghĩa</i>	.238	3	264	.870
	<i>Dựa trên trung vị</i>	.312	3	264	.817
	<i>Dựa trên Trung vị và với df điều chỉnh</i>	.312	3	262.982	.817
	<i>Dựa trên giá trị trung bình đã cắt bớt</i>	.292	3	264	.831

(Kết quả khảo sát của luận án)

Sig Levene’s Test bằng $0.870 > 0.05$. Ta sử dụng kết quả sig kiểm định F ở bảng ANOVA.

Bảng 4. 28. Kết quả ANOVA PT

ANOVA
PT

	<i>Tổng bình phương</i>	đf	<i>Bình phương trung bình</i>	F	Sig.
<i>Giữa các nhóm</i>	.532	3	.177	.431	.731
<i>Trong nhóm</i>	108.694	264	.412		
Tổng	109.226	267			

(Kết quả khảo sát của luận án)

Sig kiểm định F bằng $0.731 > 0.05$, như vậy không có khác biệt đánh giá phát triển du lịch sáng tạo giữa các đáp viên có độ tuổi khác nhau.

Kết quả này chỉ ra rằng du khách ở các độ tuổi khác nhau (ví dụ: dưới 25 tuổi, từ 25–35 tuổi, từ 36–50 tuổi, trên 50 tuổi) đều có xu hướng đánh giá tương tự nhau về mức độ phát triển du lịch sáng tạo tại các làng nghề truyền thống ở Ninh Thuận. Điều này phản ánh sự nhất quán trong trải nghiệm văn hóa – sáng tạo mà hai làng nghề mang lại, bất kể độ tuổi.

Về mặt thực tiễn, điều này có thể được lý giải bởi đặc điểm của mô hình du lịch làng nghề tại Bàu Trúc và Mỹ Nghiệp hiện nay:

- Hoạt động trải nghiệm được thiết kế khá linh hoạt, từ làm gốm, dệt khăn, tô màu sản phẩm, đến nghe kể chuyện nghề – đều là những hoạt động gắn với văn hóa, mang tính cá nhân hóa, nhẹ nhàng và phù hợp cho nhiều lứa tuổi.
- Cả du khách trẻ tuổi (đi theo nhóm bạn, sinh viên, học sinh) lẫn du khách lớn tuổi (người về hưu, cán bộ đoàn thể, tour gia đình) đều tìm thấy điểm chạm trong trải nghiệm: người trẻ tò mò và muốn thử; người lớn tuổi hoài niệm, yêu nét văn hóa truyền thống. “Tour làng nghề là tour hiếm hoi mà học sinh, sinh viên, trung niên hay người cao tuổi đều thích. Người già thì tìm thấy ký ức, người trẻ thì thấy mới mẻ.” (Nam, 40 tuổi, chủ doanh nghiệp lữ hành, Ninh Thuận). Một nghệ nhân tại Mỹ Nghiệp cũng cho biết: “Có hôm tôi hướng dẫn các em học sinh dệt sợi buổi sáng, buổi chiều lại tiếp đoàn trung niên từ Đà Lạt. Mỗi người một cảm nhận, nhưng ai cũng thích thú, ngồi lại rất lâu” (Nữ, 48 tuổi, nghệ nhân dệt, làng Mỹ Nghiệp).

Từ đó có thể thấy, du lịch sáng tạo tại các làng nghề truyền thống không phụ thuộc mạnh vào độ tuổi, mà phụ thuộc vào mức độ cởi mở với văn hóa địa phương

và nhu cầu kết nối cảm xúc cá nhân. Chính yếu tố bản địa hóa – cá nhân hóa trong trải nghiệm là lý do khiến các nhóm độ tuổi khác nhau đều có sự hài lòng và đánh giá tương đồng.

4.5.3. Kết quả kiểm định sự khác biệt (Independent samples T test) về trình độ về phát triển du lịch sáng tạo tại làng nghề truyền thống Ninh Thuận

Bảng 4. 29. Kết quả Descriptives

Descriptives								
PT								
	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
Trung cấp trở xuống	105	2.9175	.59697	.05826	2.8019	3.0330	1.67	4.00
Cao đẳng	62	3.1774	.57804	.07341	3.0306	3.3242	1.33	4.33
Đại học	73	3.4658	.54642	.06395	3.3383	3.5932	1.67	4.33
Sau đại học	28	3.7738	.52941	.10005	3.5685	3.9791	3.00	5.00
Total	268	3.2164	.63960	.03907	3.1395	3.2933	1.33	5.00

(Kết quả khảo sát của luận án)

Bảng Descriptives cho thấy xu hướng tăng dần của mức độ đánh giá phát triển du lịch sáng tạo (Mean of PT) theo trình độ học vấn. Cụ thể:

- Trung cấp trở xuống: Mean = 2.9175
- Cao đẳng: Mean = 3.1774
- Đại học: Mean = 3.4658
- Sau đại học: Mean = 3.7738

Điều này gợi ý rằng du khách có trình độ học vấn cao hơn có xu hướng đánh giá phát triển du lịch sáng tạo cao hơn.

Kết quả này phản ánh rằng du khách có trình độ học vấn cao hơn thường có xu hướng đánh giá phát triển du lịch sáng tạo tích cực hơn so với nhóm có học vấn thấp hơn. Điều này có thể được lý giải từ nhiều góc độ:

1. Trình độ học vấn cao thường đi kèm khả năng cảm thụ sâu sắc hơn với các giá trị văn hóa và sáng tạo. Những du khách đã học đại học hoặc sau đại học thường có điều kiện tiếp cận với thông tin đa chiều, có ý thức cao về bảo tồn văn hóa và đánh giá tích cực các hình thức du lịch mang tính giáo dục, trải nghiệm, và tương tác như du lịch sáng tạo.

2. Du khách có học vấn cao thường quan tâm tới chiều sâu nội dung trải nghiệm. Họ không chỉ mua sản phẩm mà muốn “hiểu” câu chuyện phía sau: lịch sử, kỹ thuật thủ công, ngữ cảnh văn hóa – những yếu tố vốn là thể mạnh của mô hình du lịch sáng tạo tại các làng nghề như Bàu Trúc và Mỹ Nghiệp. “Tôi thấy nhiều khách trí thức rất hào hứng. Họ hỏi kỹ về nguồn gốc sản phẩm, cách nung, kể cả các nghi thức của người Chăm. Có người còn đề nghị được viết lại cảm nhận để gửi đăng báo” (Nam, 50 tuổi, nghệ nhân làm gốm, làng Bàu Trúc).

3. Ngược lại, những du khách có trình độ học vấn thấp hơn có thể chưa thực sự hiểu được ý nghĩa của du lịch sáng tạo. Họ có xu hướng quan tâm đến giá cả, thời gian, tính giải trí hơn là giá trị văn hóa chiều sâu. Vì thế, họ có thể thấy những hoạt động như nặn gốm hay dệt vải là “bình thường”, không quá đặc sắc. “Có khách trẻ chỉ muốn chụp ảnh ‘check-in’, nặn gốm cho vui, không quan tâm lắm đến chuyện nghề hay lịch sử. Tôi kể thì họ nghe cho có, rồi đi ngay” (Nữ, 36 tuổi, nghệ nhân, làng Mỹ Nghiệp).

4.5.4. Kết quả kiểm định sự khác biệt (Independent samples T test) về “đi du lịch cùng ai” về phát triển du lịch sáng tạo tại làng nghề truyền thống Ninh

Bảng 4. 30. Kết quả Test of Homogeneity of Variances

Kết quả Test of Homogeneity of Variances				
	Levene Statistic	df1	df2	Sig.

PT	Dựa trên Trung bình	2.793	5	262	.018
	Dựa trên Trung vị	1.890	5	262	.096
	Dựa trên Trung vị và với df điều chỉnh	1.890	5	248.347	.097
	Dựa trên Trung bình cắt bớt	2.738	5	262	.020

(Kết quả khảo sát của luận án)

Sig Levene's Test bằng $0.018 < 0.05$. Ta sử dụng kết quả sig kiểm định Welch ở bảng Robust Test.

Bảng 4. 31. Kết quả Tobust tests of equality of meas của nhân tố phát triển (PT) du lịch sáng tạo giữa các đáp viên có người đi du lịch khác nhau

Kết quả Tobust tests of equality of meas				
PT				
	Statistic ^a	df1	df2	Sig.
Welch	1.063	5	40.583	.395
a. Phân phối F tiệm cận.				

(Kết quả khảo sát của luận án)

Sig kiểm định Welch bằng $0.395 > 0.05$, như vậy không có khác biệt đánh giá phát triển du lịch sáng tạo giữa các đáp viên có người cùng đi du lịch khác nhau.

Dù du khách đến làng nghề với ai, thì trải nghiệm du lịch sáng tạo vẫn được đánh giá tương đối đồng đều, không chịu ảnh hưởng đáng kể từ người đi cùng. Điều này phản ánh tính chất mở, thân thiện và cá nhân hóa của mô hình du lịch làng nghề tại Ninh Thuận.

Các yếu tố như: tự tay làm sản phẩm, trò chuyện với nghệ nhân, lắng nghe câu chuyện làng nghề,... đều là những trải nghiệm cá nhân – nơi du khách “tương tác với văn hóa bản địa” nhiều hơn là phụ thuộc vào người đồng hành “Khách đi với ai không quan trọng. Có bạn trẻ đi một mình vẫn háng hái nặn gốm, hỏi chuyện nghề. Có đoàn công ty đi cùng nhau nhưng mỗi người đều làm sản phẩm riêng, mỗi người cảm nhận

riêng” (Nam, 56 tuổi, nghệ nhân làm gốm, làng Bàu Trúc). “Tôi thấy khách du lịch sáng tạo thường tìm về sự yên tĩnh, cảm xúc cá nhân, nên dù đi với bạn hay gia đình thì lúc nặn gốm, dệt khăn, họ cũng tách ra trải nghiệm một mình là chính” (Nữ, 34 tuổi, hướng dẫn viên, Ninh Thuận).

Điều này cho thấy rằng mô hình du lịch sáng tạo làng nghề đáp ứng tốt cả nhu cầu cá nhân lẫn tập thể, và việc đi du lịch cùng ai không ảnh hưởng nhiều đến mức độ hài lòng hay đánh giá chung về điểm đến. Đây cũng là một trong những lợi thế nổi bật của loại hình du lịch này – khả năng linh hoạt, dễ tiếp cận với nhiều nhóm du khách khác nhau.

4.5.5. Kết quả kiểm định sự khác biệt (Independent samples T test) về mục đích đánh giá phát triển du lịch sáng tạo tại làng nghề truyền thống Ninh Thuận

Bảng 4. 32. Kết quả Test of Homogeneity of Variances mục đích đánh giá phát triển du lịch sáng tạo tại làng nghề truyền thống Ninh Thuận

Kết quả Test of Homogeneity of Variances					
		Levene Statistic	df1	df2	Sig.
PT	Dựa trên Trung bình	2.146	8	259	.032
	Dựa trên Trung vị	2.010	8	259	.046
	Dựa trên Trung vị và với df điều chỉnh	2.010	8	252.813	.046
	Dựa trên Trung bình cắt bớt	2.187	8	259	.029

(Kết quả khảo sát của luận án)

Sig Levene’s Test bằng $0.032 < 0.05$. Ta sử dụng kết quả sig kiểm định Welch ở bảng Robust Test.

Bảng 4. 33. Kết quả Robust tests of Equality of Means của phát triển du lịch sáng tạo giữa các đáp viên có mục đích khác nhau

Kết quả Tobust tests of equality of meas				
PT				
	Statistic ^a	df1	df2	Sig.
Welch	1.707	8	24.421	.147
<i>a. Phân phối F tiệm cận.</i>				

(Kết quả khảo sát của luận án)

Sig kiểm định Welch bằng $0.147 > 0.05$, như vậy không có khác biệt đánh giá phát triển du lịch sáng tạo giữa các đáp viên có mục đích khác nhau.

Kết quả này phản ánh rằng dù du khách đến với mục đích nào, họ đều đánh giá tương đối đồng đều về tiềm năng và thực trạng phát triển du lịch sáng tạo tại các làng nghề. Điều này có thể lý giải bởi tính chất đa chiều và tích hợp của du lịch sáng tạo: không chỉ đơn thuần là vui chơi giải trí hay nghiên cứu học thuật, mà là sự kết hợp giữa trải nghiệm, học hỏi và tương tác với văn hóa bản địa. “Khách đoàn nghiên cứu thì hỏi sâu về nghề, nhưng khách đi nghỉ cũng tò mò lắm. Có người đang du lịch kết hợp công tác, ghé qua làm thử sản phẩm rồi lại mang về tặng bạn. Họ đều đánh giá cao chứ không phân biệt ai là ‘nghiên cứu’ hay ‘nghỉ dưỡng’.” (Nam, 35 tuổi, chủ doanh nghiệp làm gốm địa phương, Ninh Thuận).

Các sản phẩm và hoạt động du lịch sáng tạo hiện nay tại Bàu Trúc và Mỹ Nghiệp được thiết kế khá mở – du khách đến với bất kỳ mục đích gì cũng có thể tham gia: từ xem quy trình sản xuất, nghe kể chuyện, đến tự tay làm sản phẩm. “Chúng tôi không hỏi khách đi vì lý do gì, chỉ cần họ thích là có thể tham gia. Có cô giáo về hưu đi nghỉ lại say mê hỏi cách làm men gốm. Còn mấy bạn trẻ đi teambuilding cũng hào hứng nặn gốm, dệt khăn làm quà” (Nam, 28 tuổi, hướng dẫn viên, Hà Nội).

Sự đa dạng và linh hoạt của mô hình du lịch sáng tạo chính là nguyên nhân giúp xóa mờ khoảng cách giữa các mục đích chuyến đi. Đây là một lợi thế rõ rệt so với các loại hình du lịch chuyên biệt như nghỉ dưỡng cao cấp hay du lịch sinh thái, vốn thường phục vụ cho một nhóm mục tiêu cụ thể.

Việc đưa ra các giá trị bình quân nhân tố với từng biến quan sát khi phân tích Corrected Item Total Correlation và hệ số Cronbach's Alpha của thang đo đảm bảo độ tin cậy để đưa ra các điểm mạnh và điểm yếu của từng nhân tố để từ đó, tác giả đưa ra thảo luận và đưa ra ý kiến đóng góp cho sự phát triển của du lịch sáng tạo tại làng gốm Bàu Trúc nhằm thu hút du khách, phát huy “di sản văn hóa phi vật thể cần được bảo vệ khẩn cấp” từ UNESCO sẽ tạo ra điều kiện thuận lợi hơn cho công tác bảo tồn, gìn giữ và phát huy giá trị của di sản truyền thống đặc biệt của người Chăm.

Bảng 4. 34. Tổng hợp kết quả kiểm định sự khác biệt

Đặc điểm	Phương pháp	Sig.	Khác biệt?	Ghi chú
Giới tính	T-Test	0,808	Không	Không có sự khác biệt giữa nam và nữ
Độ tuổi	ANOVA	0,731	Không	Không có sự khác biệt giữa các nhóm tuổi
Trình độ học vấn	ANOVA	> 0,05	Không	Không có sự khác biệt giữa các nhóm học vấn
Đi cùng ai	Welch	0,395	Không	Không có sự khác biệt giữa các nhóm đi cùng
Mục đích chuyến đi	Welch	0,147	Không	Không có sự khác biệt giữa các mục đích chuyến đi

(Kết quả khảo sát của luận án)

4.6. Vai trò của phát triển du lịch sáng tạo tại làng nghề truyền thống ở Ninh Thuận

Trên cơ sở phân tích thực trạng và kết quả kiểm định mô hình hồi quy, phát triển du lịch sáng tạo (DLST) tại các làng nghề truyền thống ở Ninh Thuận – đặc biệt

là làng gốm Bàu Trúc và làng dệt Mỹ Nghiệp – thể hiện nhiều vai trò quan trọng đối với phát triển kinh tế – xã hội và bảo tồn văn hóa của địa phương.

Kết quả mô hình hồi quy cho thấy bốn nhân tố gồm Hoạt động sáng tạo ($\beta = 0,462$), Con người sáng tạo ($\beta = 0,303$), Nguồn lực sáng tạo ($\beta = 0,213$) và Kỹ thuật sáng tạo ($\beta = 0,126$) đều có tác động tích cực đến phát triển du lịch sáng tạo tại làng nghề. Trong đó, Hoạt động sáng tạo có mức tác động mạnh nhất, cho thấy các hoạt động trải nghiệm và tương tác giữa du khách với nghệ nhân đóng vai trò trung tâm trong quá trình phát triển DLST.

Từ kết quả định lượng kết hợp với dữ liệu định tính thu thập qua phỏng vấn sâu, nghiên cứu xác định các vai trò chính của phát triển du lịch sáng tạo tại các làng nghề truyền thống ở Ninh Thuận như sau:

4.6.1. Góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế

Phát triển du lịch sáng tạo tại làng nghề truyền thống ở Ninh Thuận đã tạo ra chuyển biến rõ nét trong cơ cấu kinh tế địa phương, từ mô hình sản xuất nông nghiệp – tiểu thủ công nghiệp truyền thống sang mô hình tích hợp sản xuất – dịch vụ – văn hóa. Thay vì phụ thuộc hoàn toàn vào tiêu thụ qua trung gian, người dân các làng nghề hiện nay đã trực tiếp tiếp cận người tiêu dùng thông qua các hoạt động trải nghiệm, hướng dẫn, tổ chức tour, bán sản phẩm tại chỗ.

Một chuyên gia nhận định: “Khi người dân không còn chỉ làm gốm để bán, mà tổ chức không gian trải nghiệm, thuyết minh lịch sử nghề, thiết kế sản phẩm theo thị hiếu du khách... đó là sự chuyển dịch từ kinh tế sản xuất sang kinh tế văn hóa – dịch vụ” (Nam, 43 tuổi, chuyên gia phát triển văn hóa và du lịch, TP Hồ Chí Minh). Điều này không chỉ mang lại nguồn thu đa dạng hơn, mà còn giúp cộng đồng địa phương tham gia sâu vào chuỗi giá trị du lịch, nâng cao năng lực kinh tế nội sinh.

4.6.2. Giải quyết việc làm

Du lịch sáng tạo đã mở rộng đáng kể cơ hội việc làm tại chỗ cho người dân địa phương. Không còn giới hạn trong vai trò nghệ nhân, người dân tại Bàu Trúc và Mỹ Nghiệp ngày nay có thể tham gia vào các vị trí mới như thuyết minh viên, tổ chức

tour trải nghiệm, nhân viên bán hàng, cung cấp dịch vụ lưu trú, ẩm thực, truyền thông, thiết kế sản phẩm...

Một nghệ nhân chia sẻ: “Có khách đến là phải dọn dẹp sạch sẽ, có chỗ cho họ thử làm gốm. Tụi nhỏ trong nhà biết tiếng Anh nên giao tiếp với khách, bán hàng online luôn. Mỗi người một việc chứ không chỉ ngồi bên lò nfire” (Nữ, 47 tuổi, nghệ nhân làm gốm, làng Bàu Trúc). Mô hình này đã góp phần sử dụng hiệu quả lực lượng lao động tại chỗ, đặc biệt là thanh niên, giúp họ vừa duy trì bản sắc nghề truyền thống, vừa phát triển năng lực mới trong môi trường kinh tế du lịch.

4.6.3. Hạn chế sự di dân tự do

Một trong những biểu hiện tích cực của quá trình phát triển du lịch sáng tạo tại các làng nghề là việc giữ chân lực lượng lao động trẻ và làm chậm lại quá trình di dân tự phát từ nông thôn ra đô thị. Cơ hội việc làm tại chỗ tăng lên cùng với sự thay đổi nhận thức về giá trị văn hóa đã góp phần củng cố mối liên kết của người trẻ với cộng đồng. “Lúc đầu chỉ định về quê nghỉ vài tháng, nhưng khi thấy du lịch làng nghề phát triển, em quyết định ở lại, vừa hỗ trợ cha mẹ làm gốm, vừa tổ chức tour cho khách quốc tế” (Nam, 35 tuổi, chủ doanh nghiệp làm gốm địa phương, Ninh Thuận). Sự gắn bó ấy không chỉ giúp duy trì hoạt động làng nghề mà còn tạo ra mạng lưới xã hội ổn định – nền tảng cho phát triển cộng đồng lâu dài.

4.6.4. Nâng cao thu nhập, cải thiện hệ thống hạ tầng nông thôn

Sự phát triển của du lịch sáng tạo giúp gia tăng thu nhập của người dân làng nghề không chỉ nhờ bán sản phẩm, mà còn từ các dịch vụ phụ trợ đi kèm như lưu trú, ăn uống, vận chuyển, truyền thông và giảng dạy kỹ năng thủ công. Mô hình kinh tế này không chỉ đem lại lợi ích trực tiếp cho cá nhân nghệ nhân mà còn lan tỏa ra cộng đồng xung quanh.

Sự gia tăng lượng du khách cũng tạo động lực nâng cấp hạ tầng cơ bản tại địa phương như đường giao thông, nhà vệ sinh công cộng, biển chỉ dẫn, bãi đỗ xe và các không gian phục vụ khách. “Việc làng có nhiều khách tới đã khiến người dân tự ý thức giữ gìn đường làng, đầu tư xây homestay, cải tạo xưởng cho sạch đẹp hơn. Đó

là hiệu ứng tích cực ngoài mong đợi” (Nam, 45 tuổi, cán bộ văn hóa du lịch, TP. Phan Rang – Tháp Chàm).

Việc cải thiện hạ tầng không chỉ phục vụ phát triển du lịch mà còn nâng cao chất lượng sống cho toàn bộ cư dân nông thôn.

4.6.5. Đa dạng hóa kinh tế nông thôn và thúc đẩy quá trình đô thị hóa

Trước đây, cơ cấu kinh tế của các làng nghề truyền thống như Bàu Trúc và Mỹ Nghiệp chủ yếu dựa vào sản xuất nông nghiệp và tiểu thủ công nghiệp nhỏ lẻ. Sự phát triển của du lịch sáng tạo đã làm thay đổi cấu trúc này một cách toàn diện, khi các ngành nghề mới như dịch vụ lưu trú, ẩm thực, truyền thông, tổ chức sự kiện, thiết kế sản phẩm, truyền dạy nghề... xuất hiện và phát triển nhanh chóng.

“Làng nghề giờ không chỉ có lò gốm hay khung cửi, mà có cả quán cà phê, sân khấu biểu diễn, homestay nhỏ xinh, lớp học dạy vẽ hoa văn cho trẻ em. Đó là một không gian mở của sáng tạo và kinh doanh cộng đồng” (Nam, 27 tuổi, hướng dẫn viên, Phan Rang). Sự chuyển biến này đang góp phần định hình một diện mạo đô thị hóa nông thôn theo hướng “từ làng ra phố” nhưng vẫn bảo lưu được yếu tố bản sắc – điều hiếm có trong các mô hình phát triển truyền thống.

4.6.6. Bảo tồn và phát triển giá trị văn hóa dân tộc

Giá trị đặc sắc nhất mà du lịch sáng tạo mang lại cho các làng nghề truyền thống ở Ninh Thuận chính là khả năng bảo tồn di sản văn hóa dân tộc trong không gian sống động. Không chỉ bảo tồn vật thể (như sản phẩm gốm, vải thổ cẩm), mà còn cả kỹ thuật sản xuất, ngôn ngữ, phong tục, biểu tượng văn hóa qua thực hành.

Một du khách người nước ngoài chia sẻ: “Khi tôi nặn gốm với người nghệ nhân và được nghe câu chuyện về vị thần bảo hộ nghề, tôi hiểu rằng đây không chỉ là sản phẩm – mà là di sản sống” (Nữ, 24 tuổi, khách du lịch nước ngoài, Thái Lan). Sự tương tác giữa người dân và du khách tạo ra vòng tròn lan tỏa: văn hóa được bảo tồn bằng cách truyền dạy, chia sẻ và sống cùng. Đây là hình thức bảo tồn chủ động, hiệu quả và bền vững – khi cộng đồng chính là chủ thể của quá trình gìn giữ.

Tác giả đã phỏng vấn sâu và xây dựng câu chuyện sau để làm rõ hơn vai trò của phát triển du lịch sáng tạo tại làng nghề truyền thống ở Ninh Thuận:

Hộp 4.4. Câu chuyện từ Bàu Trúc và Mỹ Nghiệp – Vai trò của phát triển du lịch sáng tạo ở cộng đồng làng nghề

Anh Lưu Văn Trí⁴, sinh năm 1988, sống tại làng gốm Bàu Trúc, huyện Ninh Phước. Trước đây, anh học và làm việc trong lĩnh vực du lịch ở thành phố. Khi cha ốm nặng, anh trở về quê chăm sóc, đồng thời phụ giúp gia đình duy trì xưởng gốm. Trở lại làng sau nhiều năm, anh nhận thấy nghề gốm đã không còn giữ được vị thế như trước: sản phẩm làm ra chủ yếu bán buôn với giá thấp, không ổn định, nhiều hộ dân bỏ nghề, lớp trẻ không mặn mà tiếp nối.

Từ trải nghiệm cá nhân khi mời một nhóm khách du lịch về làng, anh bắt đầu thử tổ chức các hoạt động trải nghiệm nhỏ ngay tại sân nhà. Khách được xem quy trình làm gốm, nghe kể chuyện nghề, tự tay nặn sản phẩm và mua đồ lưu niệm tại chỗ. Từ mô hình ban đầu, anh mở rộng quy mô bằng cách kết nối các thành viên trong gia đình và hàng xóm cùng tham gia. Người hướng dẫn, người nhóm lò, người chuẩn bị không gian, người phụ trách bán hàng. Tất cả đều dựa trên nền tảng nghề truyền thống sẵn có, không thay đổi sản phẩm – chỉ thay đổi cách tiếp cận.

Nhờ các hoạt động trải nghiệm, thu nhập của gia đình không còn phụ thuộc vào thương lái. Việc bán sản phẩm tại chỗ, đón khách trực tiếp, kết hợp hướng dẫn và giới thiệu nghề đã giúp anh và các hộ tham gia chủ động hơn về kinh tế. Quan trọng hơn, sự tham gia của con cháu trong nhà – đặc biệt là thế hệ trẻ có khả năng ngoại ngữ và hiểu biết công nghệ – đã giúp nghề gốm trở nên gắn bó hơn với cuộc sống hiện tại.

Anh Trí chia sẻ: “Lúc đầu chỉ là thử đón vài khách. Nhưng khi làm đều, tôi mới thấy rõ là nghề này không chỉ để sản xuất – mà có thể tổ chức, giới thiệu, sống cùng nó theo một cách khác.”

⁴ Tên nhân vật không phải tên thật

Tại làng dệt Mỹ Nghiệp, chị Từ Thị Lan⁵, cũng có những thay đổi tương tự. Sau một thời gian dài tạm dừng vì sản phẩm làm ra khó tiêu thụ, chị bắt đầu quay lại với nghề khi có đoàn khách ghé qua và đề nghị xem chị dệt thử. Chị dành một phần không gian nhỏ trong sân nhà để làm điểm trải nghiệm. Khách đến, chị giới thiệu về quy trình dệt, giải thích ý nghĩa hoa văn, cho khách thử dệt một đoạn ngắn, đồng thời bán một số sản phẩm đơn giản như khăn choàng, túi nhỏ, vải cắt sẵn.

Hoạt động này tạo thêm nguồn thu ổn định cho gia đình. Con chị, từng có ý định rời quê, nay ở lại phụ mẹ hướng dẫn khách và học cách dệt để tiếp nối nghề. Một số hộ khác trong xóm cũng bắt đầu mở rộng không gian, đầu tư thêm dụng cụ, học thêm kỹ năng giao tiếp để tham gia đón khách. Sự chuyển động này không chỉ diễn ra trong một hộ mà lan ra cả cộng đồng, từng bước hình thành một mô hình tích hợp giữa nghề truyền thống và dịch vụ du lịch tại chỗ.

Chị Lan nói: “Làm ra một tấm vải mất rất nhiều công, nhưng chỉ khi có khách đến xem, hỏi, thử và mua ngay tại nhà, mình mới thấy nghề này vẫn còn giá trị.”

Hai trường hợp ở Bầu Trúc và Mỹ Nghiệp cho thấy rõ vai trò của phát triển du lịch sáng tạo trong việc chuyển đổi mô hình kinh tế tại làng nghề truyền thống. Từ chỗ chỉ sản xuất thủ công và bán qua trung gian, người dân đã chuyển sang hình thức kết hợp giữa sản xuất – giới thiệu – trải nghiệm – tiêu thụ tại chỗ. Việc tham gia của các thành viên trong gia đình, đặc biệt là thanh niên, đã góp phần giải quyết việc làm tại chỗ và tạo động lực giữ gìn nghề. Quan trọng hơn, các hoạt động này xuất phát từ nhu cầu thực tiễn và khả năng tổ chức nội sinh của cộng đồng, không phụ thuộc vào dự án bên ngoài hay đầu tư lớn.

4.6.7. Thúc đẩy liên kết hai làng nghề và hệ sinh thái du lịch Ninh Thuận

Ngoài các vai trò kinh tế – xã hội trực tiếp, phát triển du lịch sáng tạo còn góp phần thúc đẩy liên kết giữa các làng nghề truyền thống và hệ sinh thái du lịch của tỉnh Ninh Thuận.

⁵ Tên nhân vật không phải tên thật

Trong thực tế, hai làng nghề Bàu Trúc và Mỹ Nghiệp có vị trí địa lý gần nhau và thường được kết nối trong cùng một tuyến tham quan. Việc phát triển các hoạt động trải nghiệm sáng tạo tại hai làng nghề này giúp hình thành các sản phẩm du lịch liên kết, tạo điều kiện để du khách trải nghiệm nhiều loại hình văn hóa khác nhau trong cùng một hành trình.

Sự liên kết này không chỉ nâng cao giá trị của sản phẩm du lịch làng nghề mà còn góp phần kết nối các điểm đến khác trong hệ thống du lịch của tỉnh Ninh Thuận như tháp Chăm, làng văn hóa Chăm và các điểm du lịch sinh thái.

Tiểu kết Chương 4

Chương 4 đã triển khai phân tích toàn diện kết quả nghiên cứu theo ba tuyến liên kết, đáp ứng các yêu cầu của Hội đồng:

Thứ nhất, về kiểm định thang đo và mô hình: Luận án đã thực hiện tuân tự các bước Cronbach's Alpha $\rightarrow$ EFA $\rightarrow$ Pearson $\rightarrow$ Hồi quy đa biến, đảm bảo tính logic và liên mạch. Kết quả: tất cả thang đo đạt yêu cầu về độ tin cậy ($\alpha = 0,709-0,887$); EFA xác nhận cấu trúc bốn nhân tố khớp với mô hình lý thuyết; hồi quy khẳng định cả bốn giả thuyết H1-H4 được chấp nhận (Sig. $< 0,05$) với R^2 hiệu chỉnh = 0,673 (mô hình giải thích 67,3% biến thiên). Thứ tự tác động: Hoạt động sáng tạo ($\beta = 0,462$) $>$ Con người sáng tạo ($\beta = 0,303$) $>$ Nguồn lực sáng tạo ($\beta = 0,213$) $>$ Kỹ thuật sáng tạo ($\beta = 0,126$). Vấn đề biến KT4 (tính xác thực) đã được lập luận rõ ràng dựa trên đặc thù bối cảnh.

Thứ hai, về phân tích thực trạng: Kết quả định tính từ 57 cuộc phỏng vấn sâu (37 người phía cung + 20 du khách) nhận diện năm điểm mạnh, năm hạn chế, và lần đầu tiên phân tích tác động xã hội - văn hóa (cả tích cực lẫn rủi ro) của DLST tại làng nghề Chăm. Đặc biệt, luận án chỉ ra nghịch lý: Ninh Thuận giàu di sản nhưng yếu ở quảng bá, hạ tầng và thiết kế trải nghiệm - tức là "có vốn nhưng chưa biết đầu tư".

Thứ ba, về phân tích chi tiết từng nhân tố: Luận án không chỉ nêu hệ số tác động mà lý giải "vì sao" dựa trên ba tuyến - cơ chế lý thuyết (đồng tạo giá trị, trao đổi xã hội, Richards 2011), bối cảnh đặc thù (làng nghề Chăm, mẫu hệ, tri thức ngầm), và đối chiếu quốc tế (Nhật Bản, Hàn Quốc, Thái Lan, Bồ Đào Nha). Phát hiện quan

trọng nhất: hoạt động sáng tạo là nhân tố tác động mạnh nhất nhưng lại là khâu yếu nhất về thực trạng - đây chính là "đòn bẩy" chiến lược cho các giải pháp phát triển.

Kết quả Chương 4 là nền tảng trực tiếp cho phần thảo luận kết quả và đề xuất giải pháp tại Chương 5.

Chương 5. THẢO LUẬN KẾT QUẢ VÀ KHUYẾN NGHỊ

5.1. Thảo luận về kết quả nghiên cứu

Luận án “Phát triển du lịch sáng tạo tại làng nghề truyền thống ở Ninh Thuận” được thực hiện trong bối cảnh ngành du lịch Việt Nam nói chung và Ninh Thuận nói riêng đang tìm kiếm những mô hình phát triển mới mang tính đặc thù, bền vững và có khả năng bảo tồn, phát huy giá trị văn hóa bản địa. Với cách tiếp cận liên ngành, kết hợp giữa lý luận về du lịch học, văn hóa học và phát triển cộng đồng, nghiên cứu có một số đóng góp về mặt học thuật lẫn thực tiễn, cung cấp cơ sở khoa học để xây dựng chính sách về phát triển du lịch sáng tạo tại các làng nghề truyền thống.

Về mặt lý luận, luận án đã đóng góp vào việc xây dựng và khái quát khung lý thuyết về du lịch sáng tạo, nhấn mạnh vai trò của sự tham gia chủ động, trải nghiệm xác thực và tương tác song phương giữa khách du lịch với cộng đồng bản địa. Công trình đã làm rõ sự khác biệt giữa du lịch sáng tạo và các hình thức du lịch truyền thống, qua đó chỉ ra những yếu tố đặc trưng như mức độ cá nhân hóa cao, khả năng tương tác mạnh mẽ, chiều sâu văn hóa và tính linh hoạt trong tổ chức không gian. Thông qua phân tích các mô hình du lịch sáng tạo tiêu biểu ở trong và ngoài nước, nghiên cứu đã xác định được hướng phát triển loại hình này trong bối cảnh làng nghề truyền thống - nơi hội tụ di sản vật thể, phi vật thể cùng các giá trị đặc sắc của địa phương.

Trên phương diện thực tiễn, luận án đã tiến hành khảo sát và phân tích tình hình tại hai làng nghề truyền thống tiêu biểu của Ninh Thuận - làng gốm Bàu Trúc và làng dệt Mỹ Nghiệp. Kết quả cho thấy cả hai làng nghề đều đang có những bước chuyển biến rõ nét trong việc kết hợp sản xuất thủ công với phát triển du lịch dựa trên trải nghiệm sáng tạo. Thông qua phương pháp định tính, gồm phỏng vấn sâu và nghiên cứu trường hợp, nghiên cứu ghi nhận nhiều thay đổi tích cực từ phía cộng đồng và nghệ nhân: hình thành các không gian trải nghiệm mở; sự tham gia ngày càng nhiều của thế hệ trẻ trong việc quảng bá nghề truyền thống; xuất hiện các sản

phẩm mang tính cá nhân hóa phục vụ du lịch; và nỗ lực bảo tồn song song với trình diễn văn hóa tại chỗ.

Bên cạnh đó, kết quả nghiên cứu cũng củng cố mô hình 4 yếu tố ảnh hưởng đến sự phát triển du lịch sáng tạo tại làng nghề truyền thống Ninh Thuận, được kiểm định qua phân tích hồi quy đa biến với phương trình chuẩn hóa: $**PT = 0,213*NL + 0,126*KT + 0,303*CN + 0,462*HD$ ($R^2 = 0,673$, tức 67,3% phương sai được giải thích). Trong đó, hai yếu tố Hoạt động sáng tạo (HD, $\beta = 0,462$) và Con người sáng tạo (CN, $\beta = 0,303$) có tác động nổi bật nhất đến hiệu quả phát triển du lịch sáng tạo tại địa phương, tiếp theo là Nguồn lực sáng tạo (NL, $\beta = 0,213$) và Kỹ thuật sáng tạo (KT, $\beta = 0,126$).

Kết quả nghiên cứu đã phác họa một bức tranh toàn diện về thực trạng cùng những yếu tố ảnh hưởng đến sự phát triển du lịch sáng tạo tại hai làng nghề tiêu biểu của Ninh Thuận. Thông qua việc kết hợp phân tích định lượng và định tính, nghiên cứu đã rút ra một số luận điểm thảo luận trọng tâm như sau:

Thứ nhất, Hoạt động sáng tạo giữ vai trò then chốt trong việc thúc đẩy sự phát triển của du lịch sáng tạo. Kết quả phân tích hồi quy chỉ ra rằng đây là yếu tố có hệ số $\beta = 0,462$, ảnh hưởng mạnh nhất đến biến phụ thuộc “phát triển du lịch sáng tạo”. Phát hiện này phù hợp với nhận định của Richards (2011) và Tan cùng cộng sự (2016), khi khẳng định rằng trải nghiệm sáng tạo trực tiếp chính là “điểm chạm” quan trọng nhất kết nối du khách với điểm đến. Tại Bàu Trúc và Mỹ Nghiệp, các hoạt động như nặn gốm, tạo hoa văn, nhào đất, nhuộm và dệt không chỉ dừng ở trình diễn mà còn mở ra cơ hội để du khách tham gia trực tiếp, qua đó cảm nhận trọn vẹn tiến trình sáng tạo. Tuy nhiên, mức độ hài lòng trung bình từ khảo sát cho thấy các hoạt động này vẫn cần được đa dạng hóa, bổ sung chiều sâu văn hóa và nâng cao tính tương tác.

Thứ hai, Yếu tố con người sáng tạo đóng vai trò bảo đảm tính xác thực và duy trì sức hấp dẫn của trải nghiệm. Nhóm này bao gồm nghệ nhân, cộng đồng địa phương và hướng dẫn viên, được xác định là yếu tố có hệ số $\beta = 0,303$, tác động lớn thứ hai. Kết quả phù hợp với quan điểm của Florida (2002) về “Creative class” trong du lịch, nhấn mạnh rằng lực lượng sáng tạo là trung tâm trong việc truyền tải bản sắc

văn hóa. Sự thân thiện, niềm đam mê nghề và khả năng kể chuyện của nghệ nhân giúp thiết lập mối liên kết cảm xúc với du khách. Tuy nhiên, để duy trì hiệu quả lâu dài, cần tăng cường đào tạo cộng đồng về kỹ năng giao tiếp, phương pháp tổ chức hoạt động trải nghiệm và năng lực ngoại ngữ.

Thứ ba, Kỹ thuật sáng tạo và nguồn lực sáng tạo đóng vai trò nền tảng nhưng vẫn chưa được khai thác hết tiềm năng. Các kỹ thuật chế tác gốm và dệt thủ công của cộng đồng Chăm mang giá trị di sản nổi bật, song phân tích cho thấy hai yếu tố này (NL: $\beta = 0,213$; KT: $\beta = 0,126$) chưa thực sự được chuyển hóa thành giá trị trải nghiệm tối đa. Nguyên nhân chủ yếu xuất phát từ cách tổ chức hoạt động trải nghiệm còn đơn giản, chưa gắn kết sâu giữa kỹ thuật thủ công với câu chuyện văn hóa, cùng với hạn chế về cơ sở hạ tầng và hoạt động quảng bá. Kết quả này tương đồng với quan điểm của Richards & Wilson (2006) rằng giá trị sáng tạo khó phát huy trọn vẹn nếu thiếu “ngữ cảnh kể chuyện” và môi trường hỗ trợ phù hợp.

Thứ tư, Mối quan hệ giữa mức độ hài lòng, lòng trung thành và tính bền vững của du lịch sáng tạo cũng được thể hiện rõ qua khảo sát. Ý định quay trở lại của du khách chịu ảnh hưởng lớn từ sự phong phú và chiều sâu của các hoạt động trải nghiệm. Phát hiện này phù hợp với mô hình SERVQUAL (Parasuraman et al., 1988), trong đó sự hài lòng đóng vai trò tiền đề cho lòng trung thành. Để nâng cao cả hai chỉ số này, cần xây dựng các gói trải nghiệm theo định hướng “du lịch chuyển hóa” (transformative tourism) như Pine & Gilmore (1999) đề xuất.

Thứ năm, Kết quả nghiên cứu định tính cho thấy sự thiếu gắn kết giữa chính quyền, doanh nghiệp và cộng đồng đang làm giảm hiệu quả và tính bền vững của quá trình phát triển. Nhận định này phù hợp với khuyến nghị của OECD (2014), theo đó mô hình hợp tác công - tư - cộng đồng là chìa khóa để vừa duy trì tính xác thực, vừa khuyến khích đổi mới sản phẩm. Tại Ninh Thuận, nếu các bên có thể đồng thuận về chiến lược, chia sẻ lợi ích và phối hợp trong công tác đào tạo, tiềm năng của các làng nghề sáng tạo sẽ được nâng lên một tầm cao mới.

Tóm lại, kết quả nghiên cứu không chỉ củng cố các luận điểm lý thuyết về du lịch sáng tạo mà còn cung cấp bằng chứng thực tiễn cho việc xây dựng chính sách và giải

pháp tại địa phương. Việc kết hợp chặt chẽ giữa phát triển sản phẩm sáng tạo, đào tạo con người, bảo tồn kỹ thuật truyền thống và tăng cường phối hợp đa bên sẽ là chìa khóa để mô hình du lịch sáng tạo tại làng nghề Ninh Thuận đạt được hiệu quả kinh tế, văn hóa và xã hội lâu dài.

5.2. Giải pháp phát triển du lịch sáng tạo tại các làng nghề truyền thống ở Ninh Thuận

Dựa trên kết quả phân tích hồi quy đa biến với phương trình chuẩn hóa $PT = 0,213 \cdot NL + 0,126 \cdot KT + 0,303 \cdot CN + 0,462 \cdot HD$ ($R^2 = 0,673$), kết hợp với các phát hiện từ phỏng vấn sâu và nghiên cứu thực địa, luận án đề xuất hệ thống giải pháp được sắp xếp theo thứ tự ưu tiên dựa trên mức độ ảnh hưởng của từng nhân tố đến phát triển du lịch sáng tạo tại địa phương. Ngoài ra, luận án còn bổ sung nhóm giải pháp về ứng dụng công nghệ số và bảo vệ môi trường, bản sắc văn hóa nhằm đảm bảo tính toàn diện và bền vững.

5.2.1. Đa dạng hóa và nâng cao chất lượng hoạt động sáng tạo

Dựa trên kết quả phân tích hồi quy, nhân tố **Hoạt động sáng tạo (HD)** có hệ số $\beta = 0,462$ - lớn nhất trong tất cả các biến độc lập - cho thấy đây là yếu tố có ảnh hưởng mạnh nhất đến phát triển du lịch sáng tạo tại làng nghề. Kết hợp với phát hiện từ phỏng vấn sâu, nhiều nghệ nhân và cán bộ quản lý địa phương nhận định rằng “du khách đến Bàu Trúc không chỉ để xem mà muốn được tự tay làm, được cảm nhận đất sét trong tay”, luận án đề xuất các giải pháp sau:

Thứ nhất, thiết kế các gói trải nghiệm đa tầng, linh hoạt và cá nhân hóa cao. Cần phân loại các hoạt động trải nghiệm theo mức độ: trải nghiệm cơ bản (xem trình diễn, chụp ảnh), trải nghiệm tham gia (tự tay nặn gốm, nhuộm vải, vẽ hoa văn), và trải nghiệm chuyên sâu (học nghề ngắn hạn, sáng tác theo chủ đề cá nhân). Mỗi gói cần có kịch bản rõ ràng, thời lượng phù hợp và sản phẩm đầu ra cụ thể để du khách mang về như một kỷ niệm độc đáo.

Thứ hai, lồng ghép yếu tố kể chuyện (storytelling) vào tất cả các hoạt động trải nghiệm. Mỗi sản phẩm gốm, mỗi tấm dệt cần được gắn với một câu chuyện văn

hóa - từ truyền thuyết về nữ thần Po Inagar, ý nghĩa các hoa văn Chăm đến lịch sử làng nghề hàng trăm năm. Việc kể chuyện không chỉ tăng chiều sâu văn hóa mà còn tạo sự khác biệt cạnh tranh theo hướng “du lịch chuyển hóa” (Pine & Gilmore, 1999).

Thứ ba, tổ chức các sự kiện sáng tạo định kỳ, mang tính thương hiệu. Cần xây dựng lịch sự kiện hàng năm gắn với các lễ hội truyền thống Chăm (Kate, Ramurwan) và các sự kiện du lịch như: Lễ hội Gốm Bàu Trúc, Tuần lễ Dệt Mỹ Nghiệp, Cuộc thi Thiết kế Sản phẩm Sáng tạo từ Gốm/Dệt. Những sự kiện này vừa tạo điểm nhấn truyền thông, vừa là cơ hội để du khách tham gia trải nghiệm sáng tạo ở quy mô lớn hơn.

Thứ tư, thiết kế không gian làng nghề thành không gian đa chức năng và có tính thẩm mỹ cao. Không gian làng nghề không chỉ là nơi sản xuất mà còn phải là “sân khấu” để du khách trải nghiệm văn hóa bản địa. Việc quy hoạch theo mô hình không gian mở, thân thiện với người đi bộ, có phân khu hợp lý bao gồm khu sản xuất, khu trải nghiệm, khu trưng bày, khu vực ăn uống, khu vệ sinh, khu nghỉ ngơi là cần thiết. Đặc biệt, các yếu tố hỗ trợ trải nghiệm du khách như biển chỉ dẫn rõ ràng, hệ thống chiếu sáng nghệ thuật, điểm selfie độc đáo cần được tích hợp từ đầu trong thiết kế không gian du lịch làng nghề.

5.2.2. Phát triển nguồn nhân lực sáng tạo và nâng cao vai trò của cộng đồng

Dựa trên kết quả phân tích hồi quy, nhân tố **Con người sáng tạo (CN)** có hệ số $\beta = 0,303$, cho thấy đây là yếu tố có ảnh hưởng mạnh thứ hai đến phát triển du lịch sáng tạo. Kết hợp với phát hiện từ phỏng vấn sâu, nhiều du khách cho biết “điều ấn tượng nhất không phải sản phẩm mà là câu chuyện và sự niềm nở của nghệ nhân khi dạy chúng tôi làm gốm”, luận án đề xuất các giải pháp sau:

Thứ nhất, nâng cao vai trò và trách nhiệm xã hội của cộng đồng dân cư. Người dân chính là chủ thể văn hóa, người kể chuyện, người sản xuất, người cung ứng dịch vụ và cũng là người bảo vệ môi trường du lịch. Việc tổ chức các khóa đào tạo về kỹ năng giao tiếp, phục vụ du lịch, xử lý tình huống khẩn cấp, thái độ thân thiện, đặc

biệt là trong tiếp xúc với khách quốc tế, là giải pháp bắt buộc nếu muốn nâng cao hình ảnh du lịch Ninh Thuận.

Thứ hai, chuyển dịch tư duy của nghệ nhân từ “sản xuất để bán” sang “sáng tạo để trải nghiệm”. Nghệ nhân không chỉ là người làm nghề mà còn là người kể chuyện, người hướng dẫn và người truyền cảm hứng cho du khách. Cần đầu tư thời gian và công sức vào việc học hỏi kỹ năng kể chuyện văn hóa, tổ chức hoạt động trải nghiệm có cấu trúc và cá nhân hóa sản phẩm để tạo dấu ấn riêng.

Thứ ba, hình thành các nhóm hợp tác sáng tạo liên thế hệ. Việc kết nối giữa nghệ nhân lớn tuổi, người trẻ địa phương, nhà thiết kế và hướng dẫn viên có thể tạo ra hệ sinh thái sáng tạo năng động, mở rộng không gian nghề truyền thống sang những hình thức mới hấp dẫn, linh hoạt và mang tính đương đại. Đặc biệt cần chú trọng vai trò của phụ nữ Chăm - những người giữ vai trò chủ đạo trong nghề gốm và dệt truyền thống.

Thứ tư, ngăn chặn nguy cơ làm sai lệch, bị mai một hoặc thất truyền các phương pháp thủ công truyền thống. Cần tuân thủ triệt để trong việc gìn giữ, duy trì, bảo vệ nguyên trạng quy trình làm gốm ban sơ không dùng bàn xoay, quy trình dệt bằng khung cửi gỗ cổ truyền, chính những chất liệu nguyên sơ, nguyên bản này lại là nét hấp dẫn chính của du lịch sáng tạo, từ đó giữ được hồn di tích, nguyên bản và nguyên nghĩa của văn hóa bản địa trước làn sóng thương mại hóa.

5.2.3. Khai thác và phát huy nguồn lực sáng tạo

Dựa trên kết quả phân tích hồi quy, nhân tố **Nguồn lực sáng tạo (NL)** có hệ số $\beta = 0,213$, cho thấy đây là yếu tố nền tảng có ý nghĩa thống kê nhưng chưa được khai thác tối đa. Kết hợp với kết quả phỏng vấn sâu, các chuyên gia nhận định rằng “Ninh Thuận có nguồn tài nguyên văn hóa Chăm rất phong phú nhưng chưa được chuyển hóa thành sản phẩm du lịch xứng tầm”, luận án đề xuất:

Thứ nhất, tăng cường liên kết nội tỉnh và liên vùng để hình thành mạng lưới du lịch làng nghề. Cần quy hoạch và truyền thông khung “Hành trình làng nghề sáng tạo Ninh Thuận” kết hợp các điểm đến đặc trưng như làng gốm Bàu Trúc, dệt Mỹ

Nghiệp, làng muối Tuần Tú, vườn nho, làng nấu rượu vang... Các điểm này cần được kết nối chặt chẽ cùng các điểm du lịch sinh thái, biển như vịnh Vĩnh Hy, suối khoáng Đầm Vua.

Thứ hai, kết nối sản phẩm du lịch làng nghề với các loại hình du lịch khác như du lịch học thuật, du lịch nghỉ dưỡng, du lịch giáo dục nhằm mở rộng phân khúc khách hàng và tăng giá trị lưu trú. Ví dụ, có thể tổ chức “trại hè văn hóa Chăm”, “kỳ nghỉ nghệ nhân”, “tour sáng tạo cho doanh nhân, nghệ sĩ” nhằm thu hút nhóm khách cao cấp.

Thứ ba, đầu tư nâng cấp hạ tầng giao thông, điện, hệ thống thông tin, truyền thông đồng bộ phục vụ cả sản xuất và sinh hoạt tại làng nghề. Cần đầu tư hạ tầng mềm như khu nghỉ chân, khu trải nghiệm thu nhỏ, quầy lưu niệm, không gian trưng bày sản phẩm đặc sắc nhằm gia tăng giá trị và chất lượng trải nghiệm.

5.2.4. Nâng cao giá trị kỹ thuật sáng tạo gắn với bảo tồn di sản

Dựa trên kết quả phân tích hồi quy, nhân tố **Kỹ thuật sáng tạo (KT)** có hệ số $\beta = 0,126$ - tuy có mức tác động thấp nhất nhưng vẫn có ý nghĩa thống kê - cho thấy kỹ thuật truyền thống tuy là nền tảng nhưng chưa được chuyển hóa đầy đủ thành giá trị trải nghiệm. Kết hợp với phát hiện từ phỏng vấn sâu, một số nghệ nhân chia sẻ rằng “du khách thường ngạc nhiên khi biết gốm Bàu Trúc được làm hoàn toàn bằng tay, không dùng bàn xoay - chính sự thô mộc đó lại là điều hấp dẫn họ nhất”, luận án đề xuất:

Thứ nhất, bảo tồn nguyên bản các kỹ thuật thủ công truyền thống. Cần giữ nguyên quy trình làm gốm không dùng bàn xoay, kỹ thuật nung lò thiên, quy trình dệt bằng khung cửi gỗ cổ truyền. Phát triển du lịch sáng tạo không được làm mới di sản và cần có sự tham gia của các cơ quan chuyên môn để có hướng đi và tầm nhìn đúng đắn.

Thứ hai, xây dựng hồ sơ di sản văn hóa phi vật thể và đăng ký chỉ dẫn địa lý cho các sản phẩm đặc trưng. Bảo tồn không chỉ nghề mà cả không gian và hệ thống tri thức đi kèm: kiến trúc truyền thống Chăm, giếng cổ, đình làng, các lễ hội Kate,

Ramurwan, và tri thức dân gian như cách chế tác màu tự nhiên từ cây cỏ, cách gieo sợi thủ công.

Thứ ba, tích hợp di sản vào kịch bản trải nghiệm du lịch một cách sáng tạo và hấp dẫn. Mỗi công đoạn kỹ thuật cần được gắn với câu chuyện văn hóa, từ đó giúp du khách hiểu sâu sắc về giá trị văn hóa mà họ đang được tiếp xúc, theo hướng nâng cao “ngữ cảnh kể chuyện” mà Richards & Wilson (2006) đã nhấn mạnh.

5.2.5. Ứng dụng công nghệ số và trí tuệ nhân tạo (AI) trong phát triển du lịch sáng tạo

Trong bối cảnh chuyển đổi số toàn cầu và xu hướng ứng dụng công nghệ trong ngành du lịch ngày càng mạnh mẽ, việc tích hợp công nghệ số và trí tuệ nhân tạo (AI) vào phát triển du lịch sáng tạo tại làng nghề là giải pháp có tính chiến lược và cấp thiết. Kết quả phỏng vấn sâu cũng cho thấy nhiều du khách trẻ mong muốn có thể tìm hiểu thông tin và đặt trải nghiệm trực tuyến trước khi đến làng nghề. Luận án đề xuất các giải pháp cụ thể sau:

Thứ nhất, ứng dụng công nghệ thực tế ảo và thực tế tăng cường (AR/VR) trong trải nghiệm gốm và dệt. Xây dựng các ứng dụng VR cho phép du khách “tham quan ảo” làng gốm Bàu Trúc và làng dệt Mỹ Nghiệp từ xa, trải nghiệm không gian 360 độ của lò nung, khung cửi dệt, và các không gian văn hóa Chăm. Công nghệ AR có thể được tích hợp ngay tại điểm tham quan để hiển thị thông tin lịch sử, ý nghĩa hoa văn khi du khách hướng camera điện thoại vào sản phẩm, mô phỏng quy trình chế tác truyền thống qua hình ảnh 3D.

Thứ hai, xây dựng bản đồ số di sản làng nghề. Thiết kế một bản đồ số tương tác bao gồm toàn bộ các điểm di sản, hộ nghề nhân, xưởng sản xuất, điểm trải nghiệm, khu vực ăn uống và dịch vụ hỗ trợ. Bản đồ này có thể tích hợp thông tin đa ngôn ngữ, video giới thiệu ngắn, đánh giá của du khách và chỉ đường thông minh, giúp du khách tự khám phá làng nghề một cách chủ động và phong phú.

Thứ ba, xây dựng hệ thống đặt chỗ trải nghiệm trực tuyến. Phát triển nền tảng website và ứng dụng di động tích hợp tính năng đặt lịch tham gia workshop nặn

gốm, dệt vải, học làm hoa văn Chăm; đặt mua sản phẩm thủ công trực tuyến; và thanh toán điện tử. Hệ thống này giúp tối ưu hóa việc quản lý lượng khách, tránh quá tải và nâng cao sự chủ động của du khách.

Thứ tư, phát triển storytelling kỹ thuật số. Sử dụng video ngắn, podcast, blog và nội dung mạng xã hội để kể câu chuyện về nghệ nhân, về làng nghề, về quy trình chế tác truyền thống. Khuyến khích và khai thác hiệu quả nội dung do chính du khách tạo (User-Generated Content - UGC) trên các nền tảng Facebook, Instagram, TikTok, YouTube để tạo hiệu ứng lan tỏa tự nhiên và chân thực, góp phần quảng bá hình ảnh làng nghề Ninh Thuận rộng rãi.

Thứ năm, ứng dụng AI trong cá nhân hóa trải nghiệm du khách. Triển khai các công cụ AI để phân tích sở thích, hành vi và phản hồi của du khách, từ đó gợi ý các gói trải nghiệm phù hợp, đề xuất lộ trình khám phá tối ưu, và cung cấp thông tin hướng dẫn đa ngôn ngữ qua chatbot thông minh. AI cũng có thể hỗ trợ trong việc dự báo nhu cầu, quản lý sức chứa điểm đến và tối ưu hóa chiến dịch truyền thông số cho làng nghề.

5.2.6. Bảo vệ môi trường, gìn giữ bản sắc văn hóa và đảm bảo phát triển bền vững

Phát triển du lịch sáng tạo phải luôn song hành với việc bảo tồn di sản và môi trường, tránh những tác động tiêu cực làm mất đi giá trị cốt lõi của làng nghề.

Thứ nhất, kiểm soát tác động môi trường từ hoạt động sản xuất và dịch vụ du lịch. Cần ban hành các tiêu chuẩn môi trường cụ thể cho làng nghề du lịch và hỗ trợ đầu tư hệ thống xử lý chất thải, giám sát khí thải - bụi - tiếng ồn, đồng thời khuyến khích sử dụng năng lượng sạch và vật liệu tái chế.

Thứ hai, xây dựng hệ thống giám sát cộng đồng để bảo vệ môi trường và văn hóa. Các tổ tự quản du lịch, hợp tác xã du lịch cộng đồng là những mô hình hiệu quả để phân quyền và lan tỏa trách nhiệm xã hội trong cộng đồng làng nghề.

Thứ ba, kết hợp du lịch sáng tạo với du lịch trách nhiệm và giáo dục. Mỗi hành trình trải nghiệm tại làng nghề không chỉ mang lại niềm vui giải trí mà còn là

cơ hội để du khách hiểu sâu hơn về môi trường sống, văn hóa bản địa và trở thành một phần của quá trình bảo vệ di sản.

5.3. Một số khuyến nghị

Trong quá trình hoàn thiện luận án, việc sắp xếp đơn vị hành chính theo Nghị quyết của Quốc hội đã dẫn đến việc tỉnh Ninh Thuận được sáp nhập vào tỉnh Khánh Hòa. Do đó, các khuyến nghị liên quan đến chính quyền địa phương trong phần này được điều chỉnh theo bối cảnh hành chính mới. Các kết quả nghiên cứu và giải pháp đề xuất vẫn giữ nguyên giá trị khoa học và thực tiễn, được định hướng đến chính quyền các cấp quản lý vùng Ninh Thuận (trước đây) trong cơ cấu tổ chức hành chính mới của tỉnh Khánh Hòa.

Trên cơ sở kết quả khảo sát thực địa tại hai làng nghề truyền thống tiêu biểu - làng gốm Bàu Trúc và làng dệt Mỹ Nghiệp - có thể thấy rằng tiềm năng phát triển du lịch sáng tạo gắn với không gian văn hóa làng nghề là rất lớn, song chưa được khai thác hiệu quả. Từ kết quả nghiên cứu, luận án đề xuất các khuyến nghị chính sách và quản trị theo nhóm chủ thể như sau:

5.3.1. Đối với UBND tỉnh Khánh Hòa và chính quyền địa phương tại khu vực Ninh Thuận

Dựa trên kết quả nghiên cứu, mặc dù mô hình hồi quy không trực tiếp đo lường biến Chính sách, tuy nhiên kết quả phỏng vấn sâu và phân tích thực trạng cho thấy chính sách đóng vai trò quan trọng trong việc tạo môi trường thuận lợi cho tất cả 4 nhân tố trong mô hình phát huy tác dụng. Đây là yếu tố “điều kiện cần” để các nhân tố Hoạt động sáng tạo, Con người sáng tạo, Nguồn lực sáng tạo và Kỹ thuật sáng tạo có thể phát huy tối đa trong thực tiễn. Cụ thể:

Thứ nhất, thiết lập một khung chính sách chuyên biệt dành cho phát triển du lịch sáng tạo tại các làng nghề truyền thống. Khung này không chỉ dừng ở định hướng tổng thể mà phải cụ thể hóa cơ chế phối hợp đa bên giữa cơ quan quản lý nhà nước, doanh nghiệp lữ hành, nghệ nhân, hợp tác xã và cộng đồng địa phương trong toàn bộ chuỗi giá trị. Trong bối cảnh hành chính mới, UBND tỉnh Khánh Hòa cần có chính

sách đặc thù cho vùng Ninh Thuận nhằm phát huy tài nguyên văn hóa Chăm độc đáo của khu vực này, vốn có những đặc trưng khác biệt so với vùng Khánh Hòa truyền thống.

Thứ hai, tích hợp các nội dung trọng tâm vào những chương trình và kế hoạch đang triển khai, như Chương trình Mục tiêu quốc gia về xây dựng nông thôn mới, Chương trình bảo tồn văn hóa Chăm hoặc Kế hoạch phát triển du lịch của tỉnh. Việc ban hành chính sách riêng sẽ tạo hành lang pháp lý minh bạch, thúc đẩy đổi mới sáng tạo, đồng thời bảo đảm phân bổ nguồn lực hợp lý.

Thứ ba, tăng cường cơ chế huy động và sử dụng hiệu quả các nguồn lực đầu tư. Cần ban hành các cơ chế ưu đãi cụ thể như: miễn giảm thuế, hỗ trợ lãi suất, tiếp cận mặt bằng, cấp phép linh hoạt cho các doanh nghiệp và cá nhân đầu tư vào dịch vụ du lịch sáng tạo. Song song, lồng ghép nguồn vốn từ các chương trình OCOP, nông thôn mới nâng cao, phát triển du lịch cộng đồng.

Thứ tư, thiết lập cơ chế phối hợp liên ngành theo mô hình “điều phối vùng và thực thi địa phương”. Thành lập tổ công tác liên ngành cấp tỉnh về phát triển du lịch sáng tạo tại các làng nghề truyền thống, chịu trách nhiệm điều phối, tư vấn và giám sát, đảm bảo các chính sách được thực thi một cách đồng bộ và hiệu quả.

Thứ năm, gắn phát triển du lịch sáng tạo với quy hoạch tổng thể, tránh tình trạng phát triển tự phát, thiếu định hướng rõ ràng. Các cơ quan chuyên môn cần hoạch định chủ trương, chính sách định hướng; doanh nghiệp du lịch chịu trách nhiệm thiết kế và cung ứng sản phẩm phù hợp; cộng đồng địa phương tham gia trực tiếp vào việc tạo ra và cung cấp các giá trị đặc trưng.

5.3.2. Đối với doanh nghiệp du lịch và nhà đầu tư

Thứ nhất, chuyển hướng khai thác từ các tour tham quan ngắn hạn sang phát triển các gói du lịch sáng tạo có tính kịch bản và chiều sâu trải nghiệm. Du khách không chỉ quan sát mà còn trực tiếp tham gia vào quy trình sản xuất thủ công, lắng nghe các câu chuyện dân gian, trải nghiệm biểu diễn nghệ thuật truyền thống, thưởng

thức ẩm thực Chăm và lưu trú ngắn hạn tại homestay mang đậm dấu ấn văn hóa bản địa.

Thứ hai, hợp tác chặt chẽ với cộng đồng để tổ chức các workshop, lớp học truyền nghề, sản phẩm chế tác theo yêu cầu - những loại hình đang thu hút sự quan tâm của khách du lịch gia đình, học sinh và du khách quốc tế.

Thứ ba, tăng cường liên kết và đa dạng hóa sản phẩm thông qua việc hình thành các tuyến du lịch làng nghề kết nối với điểm đến sinh thái, biển, nông nghiệp, đồng thời tích hợp với các loại hình du lịch học thuật, nghỉ dưỡng và giáo dục. Việc ứng dụng nền tảng số cho truyền thông, bán hàng và đặt tour, kết hợp tổ chức các sự kiện xúc tiến thương mại và quảng bá văn hóa định kỳ, sẽ góp phần mở rộng thị trường và nâng cao vị thế điểm đến.

Thứ tư, đầu tư vào công nghệ số và ứng dụng AI. Doanh nghiệp cần chủ động ứng dụng công nghệ AR/VR, hệ thống đặt chỗ trực tuyến, chatbot AI đa ngôn ngữ và các công cụ phân tích dữ liệu du khách để cá nhân hóa trải nghiệm và tối ưu hóa hoạt động kinh doanh.

5.3.3. Đối với cộng đồng làng nghề và nghệ nhân

Thứ nhất, cần có sự chuyển dịch về tư duy từ “sản xuất để bán” sang “sáng tạo để trải nghiệm”. Nghệ nhân không chỉ là người làm nghề mà còn là người kể chuyện, người hướng dẫn và người truyền cảm hứng cho du khách.

Thứ hai, đầu tư thời gian học hỏi kỹ năng kể chuyện văn hóa, tổ chức hoạt động trải nghiệm có cấu trúc và cá nhân hóa sản phẩm. Du khách ngày càng coi trọng giá trị biểu đạt văn hóa, yếu tố cá nhân hóa và trải nghiệm thực hành.

Thứ ba, hình thành các nhóm hợp tác giữa nghệ nhân, người trẻ địa phương, nhà thiết kế và hướng dẫn viên để tạo ra hệ sinh thái sáng tạo năng động, mở rộng không gian nghề truyền thống sang những hình thức mới hấp dẫn và đương đại.

Thứ tư, tham gia chủ động vào việc giám sát và bảo vệ môi trường, văn hóa làng nghề thông qua các tổ tự quản du lịch, hợp tác xã du lịch cộng đồng. Mỗi người dân cần trở thành một đại sứ cho văn hóa và môi trường của quê hương mình.

5.3.4. Đối với các cơ sở đào tạo và viện nghiên cứu

Thứ nhất, thiết kế các chương trình đào tạo về du lịch sáng tạo một cách bài bản, kết hợp giữa lý thuyết và thực hành, hướng đến các nhóm học viên là nghệ nhân, cán bộ văn hóa địa phương, sinh viên ngành du lịch - văn hóa, và người trẻ khởi nghiệp địa phương.

Thứ hai, phối hợp với địa phương trong việc xây dựng bộ công cụ đánh giá hiệu quả mô hình du lịch sáng tạo, tổ chức các cuộc thi thiết kế trải nghiệm tại làng nghề, cũng như nghiên cứu chuyển giao công nghệ truyền thông, số hóa sản phẩm.

Thứ ba, nghiên cứu sâu hơn về mô hình du lịch sáng tạo gắn với làng nghề truyền thống ở các địa phương khác trên cả nước, so sánh với mô hình quốc tế (Nhật Bản, Hàn Quốc, Pháp, Thái Lan) để rút ra bài học kinh nghiệm và khả năng áp dụng.

5.3.5. Đối với hiệp hội nghề và tổ chức xã hội

Thứ nhất, hiệp hội làng nghề, hiệp hội du lịch cần đóng vai trò cầu nối giữa các chủ thể trong chuỗi giá trị du lịch sáng tạo. Cụ thể, hiệp hội cần tổ chức các diễn đàn đối thoại giữa nghệ nhân, doanh nghiệp, chính quyền và nhà nghiên cứu để xây dựng chiến lược phát triển chung, giải quyết các vướng mắc và tập hợp nguồn lực.

Thứ hai, tổ chức các chương trình tập huấn, trao đổi kinh nghiệm giữa các làng nghề trong nước và quốc tế. Hiệp hội có thể kết nối làng gốm Bàu Trúc với các làng gốm nổi tiếng khác như Bát Tràng (Hà Nội), Thanh Hà (Hội An), hoặc Mashiko (Nhật Bản), Icheon (Hàn Quốc) để học hỏi mô hình du lịch sáng tạo thành công.

Thứ ba, hỗ trợ xây dựng thương hiệu tập thể cho sản phẩm làng nghề Ninh Thuận, bao gồm việc đăng ký chỉ dẫn địa lý, xây dựng tiêu chuẩn chất lượng và đào tạo về bảo vệ sở hữu trí tuệ cho các nghệ nhân và cộng đồng làng nghề.

Thứ tư, vận động và hỗ trợ các làng nghề tham gia mạng lưới thành phố sáng tạo UNESCO, hướng đến việc đưa làng gốm Bàu Trúc và làng dệt Mỹ Nghiệp trở thành điểm đến du lịch sáng tạo được công nhận quốc tế, góp phần định vị thương hiệu du lịch văn hóa Ninh Thuận trên bản đồ quốc tế.

Tiểu kết Chương 5

Chương 5 đã tập trung thảo luận các kết quả nghiên cứu, đối chiếu với cơ sở lý luận và thực tiễn để rút ra những phát hiện quan trọng về phát triển du lịch sáng tạo tại làng nghề truyền thống ở Ninh Thuận. Nghiên cứu đã kiểm định thành công mô hình 4 yếu tố tác động, với phương trình hồi quy chuẩn hóa $PT = 0,213 \cdot NL + 0,126 \cdot KT + 0,303 \cdot CN + 0,462 \cdot HD$ ($R^2 = 0,673$). Kết quả cho thấy hoạt động sáng tạo ($\beta = 0,462$) và con người sáng tạo ($\beta = 0,303$) đóng vai trò then chốt, quyết định đến sự hài lòng và lòng trung thành của du khách, trong khi nguồn lực sáng tạo ($\beta = 0,213$) và kỹ thuật sáng tạo ($\beta = 0,126$) là nền tảng di sản cần được khai thác tối ưu hơn.

Từ các kết quả này, chương đã đề xuất hệ thống 6 nhóm giải pháp được sắp xếp theo thứ tự ưu tiên dựa trên hệ số hồi quy: (1) Đa dạng hóa hoạt động sáng tạo, (2) Phát triển nguồn nhân lực sáng tạo, (3) Khai thác nguồn lực sáng tạo, (4) Nâng cao kỹ thuật sáng tạo, (5) Ứng dụng công nghệ số và AI, (6) Bảo vệ môi trường và bản sắc văn hóa. Mỗi giải pháp đều được gắn với kết quả phân tích hồi quy và phát hiện từ phỏng vấn sâu, đảm bảo tính khoa học và thực tiễn.

Phản khuyến nghị đã được tái cấu trúc theo 5 nhóm chủ thể: (1) Chính quyền địa phương - bao gồm cả khuyến nghị chính sách, (2) Doanh nghiệp du lịch và nhà đầu tư, (3) Cộng đồng làng nghề và nghệ nhân, (4) Cơ sở đào tạo và viện nghiên cứu, (5) Hiệp hội nghề và tổ chức xã hội. Đặc biệt, các khuyến nghị đã được cập nhật theo bối cảnh hành chính mới sau khi tỉnh Ninh Thuận sáp nhập vào tỉnh Khánh Hòa. Toàn bộ giải pháp và khuyến nghị hướng tới xây dựng mô hình du lịch sáng tạo bền vững, vừa phát huy giá trị di sản, vừa đáp ứng nhu cầu thị trường, đóng góp vào phát triển kinh tế - xã hội địa phương.

KẾT LUẬN

1. Tóm tắt các kết quả chính

Luận án “Nghiên cứu phát triển du lịch sáng tạo tại làng nghề truyền thống ở Ninh Thuận” đã đóng góp vào việc củng cố và phát triển hệ thống khung lý thuyết về phát triển du lịch sáng tạo, nhấn mạnh vào ba trụ cột chính: sự tham gia chủ động của du khách, trải nghiệm mang tính chân thực và quá trình tương tác hai chiều với cộng đồng địa phương. Nghiên cứu đã làm rõ những điểm khác biệt cơ bản giữa du lịch sáng tạo và các mô hình du lịch truyền thống, qua đó xác định các đặc trưng cốt lõi của loại hình này. Thông qua việc phân tích, so sánh các mô hình du lịch sáng tạo tiêu biểu trong và ngoài nước, Luận án đã chỉ ra định hướng phát triển phù hợp đối với loại hình du lịch sáng tạo gắn với không gian làng nghề truyền thống không chỉ áp dụng cho hai làng nghề truyền thống là Bàu Trúc và Mỹ Nghiệp mà nó còn có thể áp dụng cho các làng nghề truyền thống trên cả nước. Đây là dạng không gian độc đáo, kết hợp hài hòa giữa di sản vật thể, di sản phi vật thể và những giá trị bản sắc văn hóa địa phương, tạo nên nền tảng vững chắc để khai thác tiềm năng phát triển bền vững. Luận án đã tiếp cận tổng hợp cả phương pháp định tính và định lượng để phân tích, đánh giá thực trạng và sự phát triển du lịch sáng tạo tại hai làng nghề truyền thống Bàu Trúc và Mỹ Nghiệp tại Ninh Thuận.

Thứ nhất, tại hai làng nghề Bàu Trúc và Mỹ Nghiệp, du lịch sáng tạo đang từng bước hình thành những trụ cột nền tảng, đóng vai trò là nền tảng cho định hướng phát triển bền vững trong tương lai. Nền tảng này thể hiện qua: (i) các hoạt động trải nghiệm gắn kết trực tiếp với sản phẩm thủ công truyền thống, nơi du khách được tham gia vào quy trình chế tác gốm và dệt, từ đó cảm nhận sâu sắc giá trị của lao động thủ công và tinh hoa nghề nghiệp; (ii) sự chủ động tham gia của cộng đồng địa phương, bao gồm nghệ nhân, hợp tác xã và hộ gia đình, trong khâu tổ chức, quản lý và đổi mới sản phẩm du lịch; và (iii) việc lồng ghép khéo léo các yếu tố văn hóa bản địa như phong tục, tín ngưỡng và di sản phi vật thể vào sản phẩm và trải nghiệm, tạo nên dấu ấn độc đáo khó sao chép.

Thứ hai, yếu tố con người sáng tạo giữ vai trò trung tâm trong việc duy trì tính xác thực và gia tăng sức hút của trải nghiệm. Nghệ nhân, cộng đồng và hướng dẫn viên không chỉ truyền đạt kỹ năng, tri thức nghề mà còn đóng vai trò như những “đại sứ văn hóa” kết nối cảm xúc giữa du khách và điểm đến. Tuy nhiên, để đáp ứng tốt hơn nhu cầu của thị trường, đặc biệt là khách quốc tế, cần đẩy mạnh đào tạo về kỹ năng giao tiếp, phương pháp hướng dẫn, khả năng kể chuyện và ngoại ngữ.

Thứ ba, các kỹ thuật và nguồn lực sáng tạo – đặc biệt là trong chế tác gốm và dệt tại hai làng nghề – vẫn chưa được khai thác một cách tối ưu để chuyển hóa thành giá trị trải nghiệm. Nguyên nhân xuất phát từ việc hoạt động trải nghiệm tại hai làng nghề truyền thống này còn mang tính đơn giản, thiếu sự kết nối giữa kỹ thuật thủ công và câu chuyện văn hóa, đồng thời bị hạn chế bởi cơ sở hạ tầng và hoạt động truyền thông. Việc bổ sung bối cảnh kể chuyện cùng với cải thiện điều kiện hỗ trợ sẽ giúp nâng cao giá trị sáng tạo và khả năng lan tỏa. Giữ gìn tính nguyên bản của di sản đồng nghĩa với việc tạo ra sản phẩm du lịch khác biệt và giàu bản sắc. Vì thế, bảo tồn văn hóa không chỉ là trách nhiệm riêng của ngành văn hóa, mà còn là yếu tố cốt lõi của ngành du lịch, góp phần xây dựng các tuyến điểm và sản phẩm mang tính độc đáo, đáp ứng thị hiếu du khách và thúc đẩy phát triển bền vững. Nói cách khác, bảo tồn di sản văn hóa cần được coi là một chiến lược phát triển du lịch.

Thứ tư, sự hài lòng và lòng trung thành của du khách phụ thuộc chặt chẽ vào mức độ đa dạng và chiều sâu của trải nghiệm tại hai làng nghề. Kết quả khảo sát chỉ ra rằng để gia tăng khả năng quay lại, sản phẩm du lịch cần được thiết kế theo định hướng “du lịch biến đổi” (transformative tourism), nghĩa là tạo ra tác động tích cực và lâu dài đối với nhận thức, cảm xúc và kỹ năng của du khách, vượt xa mục tiêu giải trí thuần túy.

Thứ năm, sự phối hợp giữa chính quyền, doanh nghiệp và cộng đồng để phát triển du lịch sáng tạo hiện vẫn còn thiếu sự đồng bộ, làm giảm hiệu quả phát triển. Việc hình thành một cơ chế hợp tác công – tư – cộng đồng với chiến lược chung, phân bổ lợi ích rõ ràng và chương trình đào tạo đồng bộ là điều kiện tiên quyết để

nâng cao tính bền vững cũng như khả năng đổi mới việc phát triển du lịch sáng tạo tại hai làng nghề.

Thứ sáu, cần thiết lập và triển khai một khung chính sách chuyên biệt dành cho phát triển du lịch sáng tạo tại hai làng nghề truyền thống. Khung chính sách này không chỉ định hướng tổng thể mà còn quy định cụ thể cơ chế phối hợp giữa các bên, tích hợp với các chương trình như xây dựng nông thôn mới, bảo tồn văn hóa Chăm và OCOP, đồng thời tạo hành lang pháp lý rõ ràng, thúc đẩy đổi mới sáng tạo và phân bổ hợp lý nguồn lực.

Thứ bảy, chính quyền địa phương cấp huyện và xã – nơi trực tiếp quản lý hai làng nghề – cần đóng vai trò hạt nhân trong công tác điều phối. Việc hình thành các cụm làng nghề theo chủ đề, kết nối với điểm du lịch sinh thái, văn hóa, tâm linh sẽ góp phần tạo nên các tuyến du lịch liên hoàn có sức hút cao. Đồng thời, chính quyền cần hỗ trợ cộng đồng tiếp cận đất đai, vốn vay ưu đãi, xây dựng thương hiệu và quảng bá hình ảnh, kết hợp với quy hoạch không gian thân thiện, đảm bảo bảo tồn giá trị bản sắc và hướng tới phát triển bền vững hai làng nghề truyền thống tại Ninh Thuận.

Thứ tám, các doanh nghiệp du lịch và nhà đầu tư cần tập trung khai thác chiều sâu trải nghiệm thay ở hai làng nghề truyền thống vì chỉ tổ chức các tour ngắn. Những gói du lịch sáng tạo nên được xây dựng với kịch bản rõ ràng, bao gồm tham gia chế tác sản phẩm, nghe kể chuyện dân gian, thưởng thức nghệ thuật và ẩm thực Chăm, cũng như trải nghiệm lưu trú tại homestay mang đậm bản sắc địa phương. Việc đầu tư hạ tầng hỗ trợ, phát triển sản phẩm đặt hàng, tổ chức workshop và mở rộng liên kết với các loại hình du lịch khác sẽ giúp nâng cao giá trị và khả năng cạnh tranh của điểm đến.

Thứ chín, kết quả phân tích định tính và định lượng đã chỉ ra hai nhóm yếu tố then chốt tác động mạnh mẽ đến sự phát triển du lịch sáng tạo, bao gồm hoạt động sáng tạo và con người sáng tạo, phù hợp với khung lý thuyết của Richards & Raymond (2000) và Richards (2011). Về phương diện hoạt động sáng tạo, đây là cơ chế trực tiếp tạo ra giá trị trải nghiệm thông qua các hình thức như thiết kế workshop, thực hành nghề, tương tác trực tiếp (hands-on), cá nhân hóa sản phẩm, tích hợp kể

chuyện và trình diễn tại chỗ. Những yếu tố này góp phần gia tăng mức độ nhập thân (immersion), cảm nhận tính xác thực và khuyến khích đồng sáng tạo (co-creation) giữa du khách và cộng đồng. Về phương diện con người sáng tạo, các chủ thể như nghệ nhân, hướng dẫn viên, “cultural brokers” cùng lực lượng trẻ và phụ nữ trong cộng đồng đóng vai trò kích hoạt và duy trì chuỗi giá trị sáng tạo. Năng lực tay nghề, khả năng truyền đạt và kể chuyện, thái độ đón tiếp, cùng vốn xã hội – văn hóa của họ quyết định chất lượng tương tác và chiều sâu trải nghiệm. Hai nhóm yếu tố này có mối quan hệ hiệp lực: hoạt động dù được thiết kế công phu vẫn khó đạt hiệu quả nếu thiếu chủ thể sáng tạo có năng lực dẫn dắt; ngược lại, nguồn nhân lực giàu kỹ năng chỉ phát huy tối đa khi được đặt trong cấu trúc hoạt động hợp lý. Từ đó, hàm ý quản trị đặt ra là: (i) tái cấu trúc hoạt động trải nghiệm theo hướng tăng cường tương tác, cá nhân hóa và kể chuyện; đồng thời (ii) đầu tư phát triển năng lực con người về kỹ năng kể chuyện, giao tiếp liên văn hóa, tổ chức workshop, đảm bảo an toàn – vệ sinh nghề và năng lực số để vận hành hiệu quả mô hình du lịch sáng tạo.

Thứ mười, phân tích định tính cho thấy cộng đồng địa phương, đặc biệt là thế hệ trẻ và phụ nữ, giữ vai trò trung tâm trong bảo tồn, đổi mới và lan tỏa giá trị nghề truyền thống ở hai làng nghề truyền thống tới khách du lịch. Bên cạnh việc duy trì kỹ thuật và tri thức bản địa, cộng đồng đang chủ động thử nghiệm các hình thức kể chuyện mang đậm sắc thái văn hóa địa phương, đồng thời ứng dụng công nghệ mới nhằm đa dạng hóa sản phẩm và nâng cao khả năng tiếp cận thị trường. Cách tiếp cận này không chỉ gia tăng sức hấp dẫn của sản phẩm du lịch sáng tạo mà còn góp phần khẳng định vị thế của di sản nghề thủ công trong bối cảnh phát triển du lịch bền vững.

2. Đóng góp của luận án

Kết quả nghiên cứu định tính, thông qua phỏng vấn sâu và nghiên cứu trường hợp, đã ghi nhận và phát hiện cần phải có những chuyển biến tích cực từ phía cộng đồng dân cư và nghệ nhân: làng nghề truyền thống Bàu Trúc và Mỹ Nghiệp cần sự hình thành các không gian trải nghiệm mở; cần sự tham gia ngày càng rõ nét của thế hệ trẻ trong công tác giới thiệu nghề-tiếp nối các nghệ nhân cao tuổi trong làng, sự

xuất hiện của các sản phẩm thủ công cá nhân hóa; và những nỗ lực bảo tồn kết hợp trình diễn văn hóa tại chỗ.

Kết quả định lượng đã lượng hóa mức độ ảnh hưởng của các yếu tố đối với sự phát triển du lịch sáng tạo, chỉ ra vai trò then chốt của Hoạt động sáng tạo và Con người sáng tạo. Đây là hai yếu tố nền tảng cho sự phát triển của du lịch sáng tạo làng nghề. Song song với các phát hiện tích cực, Luận án cũng xác định các rào cản hệ thống đang cản trở sự phát triển đồng bộ của mô hình. Thứ nhất, hạ tầng kỹ thuật và dịch vụ hỗ trợ còn yếu làm suy giảm khả năng đón tiếp và kéo dài thời gian lưu trú cho du khách, thời gian đến và đi quá nhanh khiến cho các hoạt động trải nghiệm sáng tạo bị giới hạn. Thứ hai, hoạt động quảng bá thiếu tính hệ thống, thiếu nền tảng số và cơ chế định vị thương hiệu, khiến chuỗi giá trị tiếp thị-phân phối đứt gãy. Thứ ba, khan hiếm không gian mở, linh hoạt để tổ chức trải nghiệm làm hạn chế quy mô và tính đa dạng của sản phẩm. Thứ tư, năng lực kể chuyện của nghệ nhân còn hạn chế nên chưa chuyển được bản sắc văn hóa thành câu chuyện hấp dẫn cho công chúng rộng hơn. Cuối cùng, phối hợp ba bên chính quyền – doanh nghiệp – cộng đồng chưa chặt chẽ, thiếu cơ chế liên kết và quản trị điểm đến, trái với khuyến nghị về quản trị di sản và du lịch bền vững của UNESCO. Tổng thể, các rào cản này không chỉ làm giảm chất lượng và tính xác thực của trải nghiệm, mà còn kìm hãm khả năng định vị và mở rộng mô hình du lịch sáng tạo tại điểm đến tại hai làng nghề.

Nghiên cứu đồng thời nhận diện các hạn chế cản trở sự phát triển đồng bộ của mô hình này, bao gồm: hạ tầng kỹ thuật và dịch vụ hỗ trợ còn yếu; hoạt động quảng bá thiếu hệ thống; khan hiếm không gian mở và linh hoạt; hạn chế về năng lực kể chuyện của nghệ nhân; và sự phối hợp giữa chính quyền - doanh nghiệp - cộng đồng chưa chặt chẽ.

Từ khảo sát thực địa, nghiên cứu làm rõ ba đặc điểm nổi bật của Bàu Trúc và Mỹ Nghiệp:

- Sự gắn kết sâu sắc giữa yếu tố văn hóa Chăm độc đáo mang yếu tố bản địa và sản phẩm thủ công, tạo nên chiều sâu trải nghiệm. Đây chính là chất liệu quan trọng giữ hồn cho du lịch sáng tạo.

- Cần có cơ chế truyền nghề tại chỗ mang tính "liên thế hệ", đặc biệt là vai trò nổi bật của phụ nữ, tạo không gian học hỏi và tương tác thường xuyên. Các nghệ nhân trong làng là linh hồn của du lịch sáng tạo, cần truyền thừa cho thế hệ trẻ.

- Các quy trình làm gốm và dệt là những bài học truyền miệng độc đáo cho du khách “học” và “làm theo”. Hoạt động “học” và “làm theo” giúp cho di sản phi vật thể truyền thừa một cách rất tự nhiên thông qua các bài học cho thế hệ trẻ trong làng và cho du khách.

DANH MỤC CÔNG TRÌNH KHOA HỌC CỦA TÁC GIẢ LIÊN QUAN ĐẾN LUẬN ÁN

1. Phan Minh Châu, Nguyễn Thu Thủy (2023), "Research on creative tourism development in traditional craft villages in Ninh Thuan", *TED 2023-Phát triển điểm đến du lịch địa phương: kinh nghiệm trong, ngoài nước và bài học cho Đắk Nông*, NXB Tài chính (ISBN: 978047940950), tr.191-194.
2. Phan Minh Châu, Nguyễn Thu Thủy (2023), "An overview of research on tourists' motivation when participating in creative tourism type, The 19 Asia Pacific forum for graduate students research in tourism", *Information and Communications Publishing House*, tr.71-74.
3. Chu Khánh Linh, Phan Minh Châu, Đặng Thị Phương Anh (2024), "Business linkage in developing creative tourism products in Ninh Thuan Province", *Hội thảo Khoa học quốc tế DHV* (ISBN:9786043462715), tr.121-131.
4. Chu Khánh Linh, Phan Minh Châu, Đào Minh Ngọc (2023), "Linkages between businesses in developing innovative tourism products in Ho Chi Minh city", *University of Economics Ho Chi Minh City: The International Conference on Business and Finance (20)*, NXB Lao Động, tr.1167-1181.
5. Phan Minh Châu, Nguyễn Thu Thủy (2025), "Developing creative tourism in Bau Truc Pottery Village, Ninh Thuận", *Green Transformation in the Context of Global Change-Grosh et al* (DOI: 10.1201/9781003602941, ISBN: 978-1-032-99212-9, ISBN: 978-1-032-99213-6) - ISBN: 978-1-003-60294-1 (ebk), tr.544-552.
6. Phan Minh Châu, Nguyễn Thu Thủy (2025), "Phát triển nguồn nhân lực chất lượng cao trong du lịch sáng tạo tại các làng nghề truyền thống: nghiên cứu điển hình về làng gốm Bàu Trúc - Ninh Thuận", *Kỷ yếu hội thảo quốc tế "Nâng cao hiệu quả đào tạo nguồn nhân lực du lịch trình độ quốc tế trong bối cảnh hội nhập*, NXB Kinh tế TPHCM (ISBN: 9786043464597), tr. 818-826.
7. Phan Minh Châu, Vũ Thị Hà (2025), "Developing sustainable tourism distribution. Channels for traditional craft villages: the case of bau truc pottery and My Nghiep weaving villages, Khanh Hoa", *Kỷ yếu Hội thảo khoa học quốc tế: "Proceeding of*

the international conference : Responsible supply chain management in tourism",
Nhà xuất bản Lao động-Xã hội (ISBN-978632-03-0287-1), tr.304-310.

8. Phan Minh Châu, Hoàng Phó Trình, Phạm Tấn Đức (2025), Creative community based tourism and heritage preservation: challenges at Bau Truc pottery village, Khanh Hoa, *Kỷ yếu Hội thảo quốc tế : Công nghiệp văn hóa với phát triển du lịch bền vững tại Việt Nam* (ngày 30/10/2025-quyển 1, ISBN: 978-607-176-4), NXB Khoa học xã hội, tr. 1377-1387.
9. Phan Minh Châu, Nguyễn Thu Thủy (2025), Ứng dụng kể chuyện đa phương tiện trong việc xây dựng bản sắc khu vực và phát triển du lịch bền vững tại làng gốm Bàu Trúc, Ninh Thuận, *Kỷ yếu hội thảo khoa học quốc tế Phát triển du lịch hiệu quả trong xu thế hội nhập, Trường Đại học Khánh Hòa*, NXB Khoa học xã hội, tr. 505-511.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Tiếng Việt

1. 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*, truy cập ngày 1/11/2024 từ : <https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Thuong-mai/Nghi-quyet-so-08-NQ-TW-phat-trien-du-lich-tro-thanh-nganh-kinh-te-mui-nhon-2017-338542.aspx>.
2. Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn (2006), *Thông tư 116/2006/TT-BNN hướng dẫn Nghị định 66/2006/NĐ-CP về phát triển ngành nghề nông thôn*, truy cập ngày 1/11/2024 từ: <https://thuvienphapluat.vn/van-ban/Linh-vuc-khac/Thong-tu-116-2006-TT-BNN-phat-trien-nganh-nghe-nong-thon-huong-dan-thuc-hien-66-2006-ND-CP-16031.aspx>.
3. Bộ Thông tin và Truyền thông (2025), *Báo cáo tình hình chuyển đổi số quốc gia năm 2024*, truy cập ngày 1/11/2024 từ: <https://qppl.dienbien.gov.vn/qlvb>.
4. Bùi Nhật Quỳnh, Phạm Hồng Long (2024), “*Phát triển du lịch sáng tạo ở Hà Nội*”, *Kỷ yếu Hội thảo Khoa học Quốc gia: Phát triển du lịch sáng tạo ở Việt Nam, từ lý thuyết đến thực tiễn*, NXB Đại học Kinh tế quốc dân, tr. 73–90.
5. Chính phủ (2023), *Nghị quyết số 82/NQ-CP ngày 18/5/2023 về nhiệm vụ, giải pháp chủ yếu nhằm đẩy nhanh phục hồi và phát triển du lịch hiệu quả, bền vững*, truy cập ngày 1/11/2024 từ: <https://thuvienphapluat.vn>.
6. Đào Minh Ngọc và cộng sự (2024), “*Du lịch sáng tạo – Từ góc độ lý thuyết về đặc điểm loại hình và sản phẩm*”, *Kỷ yếu Hội thảo Khoa học Quốc gia: Phát triển du lịch sáng tạo ở Việt Nam, từ lý thuyết đến thực tiễn*, NXB Đại học Kinh tế quốc dân, tr. 22–33.
7. Đào Thị Thanh Tuyền (2017), “*Du lịch trải nghiệm tại làng gốm Bát Tràng theo hướng sáng tạo*”, *Tạp chí Khoa học Đại học Văn hóa Hà Nội* (44), tr. 55–61.
8. Đặng Thị Hồng Nhung (2021), “*Phát triển sản phẩm du lịch sáng tạo gắn với văn hóa Chăm tại làng gốm Bàu Trúc*”, *Tạp chí Văn hóa Dân gian* (4), tr. 60–66.

9. Đoàn Mạnh Cường (2024), “Biến thành phố sáng tạo thành sản phẩm du lịch sáng tạo, kinh nghiệm của thủ đô Hà Nội”, *Kỷ yếu Hội thảo Khoa học Quốc gia: Phát triển du lịch sáng tạo ở Việt Nam, từ lý thuyết đến thực tiễn*, NXB Đại học Kinh tế quốc dân.
10. Dương Thị Thu Hằng (2019), “Vai trò của cộng đồng trong phát triển du lịch sáng tạo tại làng nghề truyền thống”, *Tạp chí Nghiên cứu Văn hóa* (149), tr. 48–54.
11. Hà Thị Thùy Dương, & Lê Thị Thanh Tuyền (2021), “Mối quan hệ giữa đồng sáng tạo trải nghiệm du lịch và sự trung thành của khách du lịch: Nghiên cứu tại Đồng bằng sông Cửu Long - Việt Nam”, *Tạp chí Khoa học Đại học Quốc tế Hồng Bàng* (14), tr. 79–94.
12. Hội đồng nhân dân tỉnh Ninh Thuận (2022), *Nghị quyết số 13/2022/NQ-HĐND ngày 22/7/2022 quy định một số chính sách hỗ trợ phát triển du lịch Ninh Thuận giai đoạn 2022-2025*, truy cập ngày 1/11/2024 từ: <https://thuvienphapluat.vn>.
13. Huỳnh Đức Thiện (2014), “Tìm hiểu về làng nghề và vai trò của làng nghề ở Việt Nam trong giai đoạn hiện nay”, *Kỷ yếu Hội thảo: Làng nghề và phát triển du lịch*, NXB Đại học Quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh.
14. Huỳnh Diệp Trâm Anh, & Phạm Xuân Hậu, (2018), “Văn hóa Chăm và khả năng thu hút khách du lịch đến tỉnh Ninh Thuận”, *Tạp chí Khoa học – Trường Đại học Sư phạm Thành phố Hồ Chí Minh*.
15. Lê Hoàng Anh (2021), “Du lịch sáng tạo, những vấn đề đặt ra”, Truy cập ngày 1/1/2024 từ Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch, https://itdr.org.vn/nguyen_cuu/du-lich-sang-tao-nhung-van-de-dat-ra/.
16. Lê Minh Quân (2024), “So sánh các mô hình phát triển sản phẩm du lịch sáng tạo tại làng nghề truyền thống ở Nam Bộ”, *Tạp chí Nghiên cứu Phát triển Du lịch* (1), tr. 45–53.
17. Lê Thu Hương & Phạm Văn Đại (2024), “Xây dựng điểm đến du lịch sáng tạo”, *Kỷ yếu Hội thảo Khoa học Quốc gia: Phát triển du lịch sáng tạo ở Việt Nam, từ lý thuyết đến thực tiễn*, tr. 64–72.

18. Nguyễn Văn Đính (2014), “Phát triển sản phẩm du lịch làng nghề truyền thống – Trường hợp làng lụa Vạn Phúc”, *Tạp chí Du lịch* (10), tr. 33–36.
19. Nguyễn Minh Tuệ (2020), *Địa lý du lịch Việt Nam*, NXB Giáo dục Việt Nam, Hà Nội.
20. Nguyễn Hoàng Mai (2017), “Du lịch sáng tạo, cơ hội cho du lịch Việt Nam”, *Kỷ yếu Hội thảo Du lịch sáng tạo – Cơ hội cho du lịch Việt Nam*, tháng 9/2017, Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch, Tổng cục Du lịch.
21. Nguyễn Phạm Hùng (2017), *Văn hóa du lịch*, NXB Đại học Quốc gia Hà Nội.
22. Nguyễn Thu Thủy (2010), “Phát triển du lịch từ việc khai thác di sản văn hóa và làng nghề truyền thống”, *Kỷ yếu Hội thảo quốc tế: Phát huy di sản văn hóa và làng nghề truyền thống trong phát triển du lịch*, Hà Nội.
23. Nguyễn Thu Thủy (2012), “Du lịch sáng tạo và khả năng ứng dụng ở Việt Nam (viết chung)”, *Kỷ yếu Hội thảo khoa học: Du lịch, ẩm thực và các vấn đề về quản lý, kinh doanh*, Trường ĐH KHXH&NV, Hà Nội.
24. Nguyễn Thu Thủy (2014), “Xây dựng sản phẩm du lịch làng nghề theo quan điểm sáng tạo nhằm góp phần định vị điểm đến Hà Nội”, *Hội nghị Khoa học Cán bộ Trẻ và Học viên Sau đại học năm học 2013–2014*, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn, Hà Nội.
25. Nguyễn Thu Thủy và cộng sự (2024), *Marketing du lịch*, NXB Đại học Quốc gia Hà Nội.
26. Nguyễn Thị Hồng Vân (2020), “Khai thác giá trị làng mộc Kim Bồng trong phát triển du lịch sáng tạo”, *Tạp chí Du lịch* (6), tr. 42–47.
27. Nguyễn Thành Trung (2023), “Phát triển sản phẩm du lịch sáng tạo tại làng nghề đan lát Bao La – Huế”, *Tạp chí Khoa học và Công nghệ Du lịch* (3), tr. 70–77.
28. Phạm Thị Thảo (2018), “Phát triển sản phẩm du lịch sáng tạo tại làng tranh dân gian Đông Hồ”, *Tạp chí Khoa học Văn hóa và Du lịch* (5), tr. 28–34.
29. Phạm Hồng Long (2016), “Du lịch sáng tạo ở Hàn Quốc”, *Tạp chí Du lịch Việt Nam*, 11, tr. 20–21.

30. Phạm Thị Lan Hương, & cộng sự (2018), “Nhu cầu và thái độ của du khách đối với hoạt động trải nghiệm du lịch đồng sáng tạo ở điểm đến Đà Nẵng”, *Tạp chí Kinh tế & Dự báo* (33), tr. 45–48.
31. Phạm Trung Lương (2007), “Phát triển sản phẩm du lịch đặc thù để nâng cao sức cạnh tranh của du lịch Việt Nam”, *Tạp chí Du lịch Việt Nam* (8/2007), truy cập ngày 1/11/2024 từ <https://vntravel.org.vn/vntravel.org.vn>.
32. Quốc hội nước CHXHCN Việt Nam (2025), *Nghị quyết về việc sắp xếp đơn vị hành chính cấp tỉnh giai đoạn 2023-2030* (sáp nhập tỉnh Ninh Thuận vào tỉnh Khánh Hòa), truy cập ngày 1/11/2024 từ: <https://thuvienphapluat.vn>.
33. Sakaya (2001), *Nghề gốm cổ truyền của người Chăm Bàu Trúc – Ninh Thuận*, NXB Văn hóa Dân tộc, Hà Nội.
34. Sakaya (2003), *Nghề dệt cổ truyền của người Chăm*, NXB Văn hóa - Thông tin, Hà Nội.
35. Sakaya (2011), *Nghề gốm cổ truyền của người Chăm Bàu Trúc – Ninh Thuận*, NXB Hà Nội.
36. Sở Văn hóa Thể thao và Du lịch (2017), *Lý lịch di sản văn hóa phi vật thể nghệ thuật làm gốm truyền thống của người Chăm làng Bàu Trúc tỉnh Ninh Thuận*, Ủy ban Nhân dân Tỉnh Ninh Thuận, truy cập ngày 1/11/2023 từ: <https://thuvienphapluat.vn>.
37. Thủ tướng Chính phủ (2024), *Chỉ thị số 08/CT-TTg ngày 23/2/2024 yêu cầu các bộ, ngành và địa phương đổi mới tư duy phát triển du lịch, thúc đẩy ứng dụng công nghệ số, hỗ trợ đa dạng hóa sản phẩm du lịch sáng tạo và khuyến khích mô hình du lịch trải nghiệm*, truy cập ngày 1/11/2024 từ: <https://thuvienphapluat.vn>.
38. Thủ tướng Chính phủ (2025), *Công điện số 34/CD-TTg ngày 10/4/2025 cũng đã chỉ đạo các địa phương tăng cường hiệu quả hoạt động xúc tiến, quảng bá hình ảnh du lịch Việt Nam thông qua nội dung truyền thông đổi mới, sáng tạo và phù hợp với xu hướng số hóa*, truy cập ngày 1/12/2025 từ: <https://thuvienphapluat.vn>.

39. Thủ tướng Chính phủ (2023), *Quyết định số 1319/QĐ-TTg ngày 10/11/2023 phê duyệt quy hoạch tỉnh Ninh Thuận thời kỳ 2021–2030, tầm nhìn đến 2050*, truy cập ngày 1/11/2024 từ: <https://thuvienphapluat.vn>.
40. Toplist (2018), “*Top 25 làng nghề truyền thống nổi tiếng nhất Việt Nam*”, truy cập ngày 16/11/2024 từ <https://toplist.vn/top-list/lang-nghe-truyen-thong-noi-tieng-nhat-viet-nam-3194.htm>.
41. Tổng cục Du lịch Việt Nam. (2024). *Báo cáo thường niên ngành du lịch Việt Nam 2023: Ứng dụng công nghệ số trong quảng bá và quản lý du lịch*.
42. Trần Đình Tuấn, (2014), “*Phát triển du lịch sáng tạo ở Việt Nam*”, truy cập ngày 1/1/2024 từ Đại học Quốc gia Hà Nội, truy cập ngày 1/11/2024 từ: https://repository.vnu.edu.vn/bitstream/vnu_123/12710/5/luan%20van%20chi nh%20sua%20sau%20bao%20ve.pdf.
43. Trần Đức Thanh & cộng sự (2022), *Nhập môn du lịch*, NXB Đại học Quốc gia Hà Nội.
44. Trần Thúy Anh (2014), *Du lịch văn hóa – Những vấn đề lý luận và nghiệp vụ*, NXB Giáo dục Việt Nam.
45. Trần Thanh Sơn (2023), “*Về miền di sản UNESCO – Làng gốm Chăm Bàu Trúc*”, trang thông tin điện tử huyện Ninh Phước – Ninh Thuận, truy cập ngày 12/11/2024 từ <https://ninhphuoc.ninhthuan.gov.vn/portal/Pages/2023-3-3/Ve-mien-di-san-UNESCO--Lang-gom-Cham-Bau-Truccv9qej.aspx>.
46. Trịnh Lê Anh (2014), “*Du lịch sáng tạo ở Việt Nam*”, *Tạp chí Du lịch Việt Nam*, ISSN 0866-7373, truy cập ngày 1/11/2024 từ www.tapchidulich.net.vn.
47. Trịnh Lê Anh & Trần Thùy Linh, (2016), “*Phát triển sản phẩm du lịch sáng tạo ở Việt Nam*”, *Tạp chí Du lịch* (số tháng 10/2016), truy cập ngày 1/11/2024 từ www.tapchidulich.net.vn.
48. Trần Thị Hồng Nhung (2022), “*Ứng dụng kể chuyện đa phương tiện trong phát triển sản phẩm du lịch sáng tạo tại làng nghề truyền thống*”, *Tạp chí Khoa học Xã hội* (2), tr. 99–107.

49. Ủy ban Nhân dân tỉnh Ninh Thuận (2021), *Quyết định số 555/QĐ-UBND ngày 03/10/2021 phê duyệt Đề án Phát triển du lịch Ninh Thuận giai đoạn 2021 - 2025, tầm nhìn đến năm 2030*, truy cập ngày 1/11/2024 từ: <https://thuvienphapluat.vn>.
50. Ủy ban Nhân dân tỉnh Ninh Thuận (2021), *Nghị quyết số 04-NQ/TU ngày 31/8/2021 về việc phát triển du lịch Ninh Thuận trở thành ngành kinh tế mũi nhọn giai đoạn 2021-2025 và tầm nhìn đến năm 2030*, truy cập ngày 1/11/2024 từ: <https://thuvienphapluat.vn>.
51. Vũ Nam, Lê Thu Trang (2024), “Phát triển sản phẩm du lịch sáng tạo gắn với môi trường văn hóa tại các điểm đến du lịch cộng đồng tại Việt Nam”, *Kỷ yếu Hội thảo Khoa học Quốc gia: Phát triển du lịch sáng tạo ở Việt Nam, từ lý thuyết đến thực tiễn*, NXB Đại học Kinh tế Quốc dân.
52. Vương Minh Huệ, Nguyễn Thanh Kiều (2009), *Kỹ thuật làm gốm cổ truyền của người Chăm – Bà Trú – Ninh Thuận*, Đề tài Nghiên cứu Khoa học, Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn.

Tiếng Anh

53. Altinay, L., Paraskevas, A. (2009), *Planning research in hospitality & tourism*, London, Routledge.
54. Andersson, T. D. (2007), “The tourist in the experience economy”, *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism* Vol. 7(1), pp. 46–58.
55. Aria, M., & Cuccurullo, C. (2017), “Bibliometrix: An R-tool for comprehensive science mapping analysis”, *Journal of Informetrics* Vol. 11(4), pp. 959–975.
56. Baixinho, A., Santos, C., Couto, G., Albergaria, I. S. D., Silva, L. S. D., Medeiros, P. D., & Simas, R. M. N. (2021), “Islandscapes and sustainable creative tourism: A conceptual framework and guidelines for best practices”, *Land* Vol. 10(12), pp. 1302.
57. Bakas, F. E., Duxbury, N., & Vinagre de Castro, T. (2019), “Creative tourism: Catalysing artisan entrepreneur networks in rural Portugal”, *International*

- Journal of Entrepreneurial Behavior & Research* Vol 25(4), pp. 731–752, <https://doi.org/10.1108/IJEER-03-2018-0157>.
58. Binkhorst, E., Den Dekker, T. (2009), “Agenda for co-creation tourism experience research”, *Journal of Hospitality Marketing & Management* Vol. 18(2–3), pp. 311–327, <https://doi.org/10.1080/19368620802594193>.
 59. Binkhorst, E. (2007), “Creativity in tourism experiences: The case of Sitges”, In G. Richards & J. Wilson (Eds.), *Tourism, creativity and development*, Routledge, London, pp. 125–144.
 60. Boswijk, A., Thijssen, T., & Peelen, E. (2005), *A new perspective on the experience economy: Meaningful experiences*, Amsterdam, Pearson Education.
 61. Buhalis, D., & Law, R. (2008), “Progress in information technology and tourism management: 20 years on and 10 years after the Internet-The state of eTourism research”, *Tourism Management* Vol. 29(4), pp. 609–623.
 62. Buhalis, D., & Amaranggana, A. (2015). *Smart tourism destinations enhancing tourism experience through personalisation of services*. Trong I. Tussyadiah & A. Inversini (Eds.), *Information and communication technologies in tourism 2015*, pp. 377–389, Springer. https://doi.org/10.1007/978-3-319-14343-9_28.
 63. Butler, G., & Rogerson, C. (2018), “Creative tourism: South African township explorations”, *Tourism Review* Vol. 74, pp. 68–82.
 64. Carvalho, M. K. (2023), “Co-creative tourism experiences: A conceptual framework and its application to food & wine tourism”, *Tourism Recreation Research* Vol. 48(5), pp. 668–669.
 65. Chang, J., Backman, K., & Huang, Y. (2014), “Creative tourism: A preliminary examination of creative tourists’ motivation, experience, perceived value and revisit intention”, *International Journal of Culture, Tourism and Hospitality Research* Vol. 8(4), pp. 401–419.
 66. Chang, X. (2022), “Tourists’ perceived restoration of Chinese rural cultural memory space”, *Sustainability* Vol. 14(3), pp. 2231.

67. Chen, X. (2022), “Rethinking cultural creativity and tourism resilience in the post-pandemic era in Chinese traditional villages”, *Sustainability* Vol. 14(19), pp. 12371.
68. Chen, Z. (2022), “Valizing experiencescape—From the art of intangible cultural heritage”, *Current Issues in Tourism* Vol. 25(5), pp. 559–578.
69. Cloke, P. (2007), “Creativity and tourism in rural environments”, In G. Richards & J. Wilson (Eds.), *Tourism, creativity and development* (pp. 37–47), London, Routledge.
70. Cunnell, D., & Prentice, R. (2000), “Tourists' recollections of quality in museums: A servicescape without people?” *Museum Management and Curatorship* Vol. 18(4), pp. 369–390.
71. Dahles, H. (2000), “Tourism, small enterprises and community development”, In G. Richards & D. Hall (Eds.), *Tourism and sustainable community development* (pp. 154–169), London, Routledge.
72. Duxbury, N., Bakas, F. E., & Vinagre de Castro, T. (2021). *Creative tourism development in small cities and rural areas*, Trong N. Duxbury & G. Richards (Eds.), *A research agenda for creative tourism* (pp. 145-158). Edward Elgar Publishing.
73. De Bruin, A., & Jelinčić, D. A. (2016), “Toward extending creative tourism: Participatory experience tourism”, *Tourism Review* Vol. 71(1), pp. 57–66.
74. Einali, J. (2019), “The role of creative tourism in sustainable development of rural areas (Case study: Historic-cultural villages in North-West of Iran)”, *Journal of Research and Rural Planning* Vol. 8(2), pp. 1–15.
75. Florida, R. (2002), “Bohemia and economic geography”, *Journal of Economic Geography* Vol. 2(1), pp. 55–71.
76. Florida, R. (2002), *The rise of the creative class: And how it's transforming work, leisure, community and everyday life*, New York, Basic Books.

77. Florida, R., & Adler, P. (2015), "The creative class and the creative economy", *Business and Management, Business Policy and Strategy, Finance and Economics*, pp. 1–20.
78. Green, S. B. (1991), "How many subjects does it take to do a regression analysis", *Multivariate Behavioral Research* Vol. 26(3), pp. 499–510.
79. Gretzel, U. (2011), "Intelligent systems in tourism: A social science perspective", *Annals of Tourism Research* Vol.38(3),pp. 757-779.
<https://doi.org/10.1016/j.annals.2011.04.014>
80. Guerreiro, M. M., Valle, P. O. D., Mendes, J., & Silva, J. A. (2019), "Cultural and creative tourism: The case of celebrations in the Algarve region", *Journal of Spatial and Organizational Dynamics* Vol. 7(4), pp. 320–338.
81. Guttentag, D. A. (2010), "Virtual reality: Applications and implications for tourism", *Tourism Management* Vol. 31(5), pp. 637–651.
82. Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2009), *Multivariate data analysis (7th ed.)*, Upper Saddle River, NJ, Pearson Prentice Hall.
83. Han, D. I., tom Dieck, M. C., & Jung, T. (2019). Augmented reality smart glasses (ARSG) visitor adoption in cultural tourism, *Leisure Studies* Vol. 38(5), pp. 618-633, <https://doi.org/10.1080/02614367.2019.1604790>
84. Hall, C. M. (1992), *Hallmark tourist events*, London, Belhaven Press.
85. Hannam, J. W. (2014), "Journeys of inspiration: Working artists' reflections on tourism", *Annals of Tourism Research* Vol. 46, pp. 123-137.
86. Harris, R. J. (1985), *A primer of multivariate statistics*, New York, Academic Press.
87. Huang, S., & Xu, H. (2021), "Exploring creative tourist experience: A text-mining approach based on TripAdvisor reviews of a cooking workshop in Lisbon, Portugal", *Revista Turismo & Desenvolvimento* Vol. 35(1), pp. 45–60.

88. Hung, W. L., Lee, Y. J., & Huang, P. H. (2016), "Creative experiences, memorability and revisit intention in creative tourism", *Current Issues in Tourism* Vol. 19(8), pp. 763–770.
89. Ihmäki, P. (2012), "Geocachers: The creative tourism experience", *Journal of Hospitality and Tourism Technology* Vol. 3(3), pp. 152-175.
90. Ivanov, S. H., & Webster, C. (2019), *Robots, artificial intelligence, and service automation in travel, tourism and hospitality*, Emerald Publishing, <https://doi.org/10.1108/9781787566873>
91. Jelinčić, D. A., & Žuvela, A. (2012), "Facing the challenge? Creative tourism in Croatia", *Journal of Tourism Consumption and Practice* Vol. 4(2), pp. 78-90.
92. Johnston, M. P. (2014), "Secondary data analysis: A method of which the time has come", *Qualitative and Quantitative Methods in Libraries* Vol. 3(1), pp. 619-626.
93. Jongwon, L., & Park, S. (2015), "Deriving strategic priority of policies for creative tourism industry in Korea using AHP", *Procedia Computer Science* (72), pp. 456–464.
94. Kaiser, H. F. (1974), "An index of factorial simplicity", *Psychometrika* Vol. 39(1), pp. 31–36, <https://doi.org/10.1007/BF02291575>
95. KEA, B. (2006), "The economy of culture in Europe, Brussels, European Commission", *Europa*, https://ec.europa.eu/assets/eac/culture/library/studies/cultural-economy_en.pdf
96. Lash, S., Urry, J. (1994), *Economies of signs and space*, London, Sage.
97. Li, P. Q., & Kovacs, J. F. (2021), "Creative tourism and creative spectacles in China", *Journal of Hospitality and Tourism Management* Vol (49), pp. 34–43.
98. Lou, N. (2022), "Analysis of the intelligent tourism route planning scheme based on the cluster analysis algorithm", *Computational Intelligence and Neuroscience* Vol 2022(1), pp. 331-676.

99. Maslow, A. H. (1987), *Motivation and personality* (3rd ed.), New York, Harper and Row.
100. McIntosh, A. J., & Prentice, R. (1999), "Affirming authenticity: Consuming cultural heritage", *Annals of Tourism Research* Vol. 26(3), pp. 589–612. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(99\)00010-9](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(99)00010-9)
101. Middleton, V. T. C., Fyall, A., Morgan, M. (2001), *Marketing in travel and tourism* (3rd ed.), Oxford, Elsevier.
102. Mistriani, N. (2018), "Development tourism village strategy of Samiran as a creative tourism model in Central Java", *Proceedings of the 2nd International Conference on Tourism, Gastronomy, and Tourist Destination* (ICTGTD 2018), pp. 77–85.
103. Moher, D., Liberati, A., Tetzlaff, J., Altman, D. G., The PRISMA Group. (2009), "Preferred reporting items for systematic reviews and meta-analyses: The PRISMA statement", *PLoS Medicine* Vol. 6(7), e1000097, <https://doi.org/10.1371/journal.pmed.1000097>.
104. Montuori, A. (2011), "The systems approach to creativity", In M. A. Runco & S. R. Pritzker (Eds.), *Encyclopedia of Creativity* (2nd ed., Vol. 2, pp. 414–421), San Diego, Academic Press.
105. Morgan, J. Q. (2009), "Homegrown responses to economic uncertainty in rural America", *Rural Realities* Vol. 3(2), pp. 1–15.
106. Niramol, P. (2022), "Creative tourism development for cultural tourism village at the stagnation stage", *Journal of Positive School Psychology* Vol. 6(4), pp. 114–123.
107. Nunnally, J. C. (1978), *Psychometric theory* (2nd ed.), New York, McGraw-Hill.
108. Neuhofer, B., Buhalis, D., & Ladkin, A. (2015), "Smart technologies for personalized experiences: A case study in the hospitality domain", *Electronic Markets*, Vol. 25(3), pp. 243-254, <https://doi.org/10.1007/s12525-015-0182-1>

109. OECD (2012), Food and the tourism experience: *The OECD-Korea workshop*, Paris, OECD Publishing.
110. OECD (2014), “Tourism and the creative economy”, *OECD*, OECD Publishing, <https://doi.org/10.1787/9789264207875-en>
111. OECD (2021), “Managing tourism development for sustainable and inclusive recovery” , *OECD Tourism Papers* Vol. 2021/01, OECD Publishing, <https://doi.org/10.1787/b062f603-en>
112. Ohridska-Olson, R. V., Ivanov, S. H. (2010), “Creative tourism business model and its application in Bulgaria”, *Proceedings of the Black Sea Tourism Forum: Cultural Tourism – The Future of Bulgaria 2010*, pp. 1-12.
113. Parasuraman, A., Zeithaml, V. A., & Berry, L. L. (1988), “SERVQUAL: A multiple-item scale for measuring consumer perceptions of service quality”, *Journal of Retailing*, Vol.64(1), pp. 12-40.
114. Pearce, D. G., Butler, R. W. (Eds.). (1993), *Tourism research: Critiques and challenges*, London, Routledge.
115. Pertywy, Y. A. (2022), “Development of Terong Creative Tourism Village: Community-based tourism in Belitung Regency”, *Journal of Community Development* Vol. 5(2), pp. 44–56.
116. Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1998), “Welcome to the experience economy”, *Harvard Business Review* Vol. 76(4), 97–105.
117. Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (2011), *The experience economy*, Boston, Harvard Business Press.
118. Prentice, R., & Witt, S. (2000), “Evoking Ireland: Modelling tourism propensity”, *Annals of Tourism Research* Vol. 27(2), pp. 490–516.
119. Pudwong, H., & Thongchai, P. (2019), “Creating added value for Hmong ethnic identity in the context of creative tourism activities: A case study of Hmong Kiew Kan Village, Rim Khong Subdistrict, Chiang Khong District, Chiang Rai Province”, *Chiang Mai University Journal of Humanities* Vol. 20(2), pp. 40–68.

120. Rachão, S. (2013), “The reengineering of tourism products: A case study of creative tourism in Viana do Castelo”, *Mestrado em Turismo, Inovação e Desenvolvimento*, https://www.researchgate.net/publication/281743372_The_Reengineering_of_Tourism_Products_A_Case_Study_of_Creative_Tourism_in_Viana_do_Castel.
121. Rachão, S., Breda, Z., & Fernandes, C. (2014), “Reinventing tourism at a traditional cultural tourism destination: A case study of Viana do Castelo (Portugal)”, *International Journal of Business and Globalisation* Vol. 12(3), pp. 281–296.
122. Raymond, C. (2003), “Creative Tourism New Zealand”, http://www.creativenz.govt.nz/assets/paperclip/publication_documents/documents/97/origen/case-study-creative-tourism-new-zealand.pdf?1322079829.
123. Remoaldo, P., Cadima Ribeiro, J., Freitas, I., & Gôja, M. (2020), “Profiling the participants in creative tourism activities: Case studies from small and medium-sized cities and rural areas from Continental Portugal”, *Tourism Management Perspectives* (36), 100748.
124. Richards, G., Raymond, C. (2000), “Creative tourism”, *ATLAS News* (23), pp. 16–20.
125. Richards, G. (Ed.). (2001), *Cultural attractions and European tourism*, Wallingford, UK, CABI Publishing.
126. Richards, G. (2001), “The development of cultural tourism in Europe”, *Cultural attractions and European tourism*, Wallingford, UK, CABI Publishing, pp. 3-29.
127. Richards, G. (2005), *ATLAS Cultural Tourism, Research Project 2004 – Survey Report*, Arnhem, ATLAS.
128. Richards, G. (2009), “Creative tourism and local development”, *Creative Tourism: A global conversation* Santa Fe, Creative Tourism Network, pp. 78-90.

129. Richards, G. (2011), "Creativity and tourism: The state of the art", *Annals of Tourism Research* Vol. 38(4), pp. 1225–1253.
130. Richards, G. (2012), "Food and the tourism experience: Major findings and policy orientations", *Food and the tourism experience in Paris*, OECD, pp. 13–46),
131. Richards, G. (2013), *Creativity and tourism in the city*, Tilburg, Tilburg University, Department of Leisure Studies.
132. Richards, G. (2016), "The challenge of creative tourism", *Créativité et médiation en tourisme et en patrimoine / Creativity and mediation in tourism and heritage (Special Issue)*, Pre-publication version.
133. Richards, G. (2018), "The creative economy, entertainment and performance", In C. Cooper, S. Volo, W. C. Gartner, & N. Scott (Eds.), *SAGE Handbook of Tourism*, London, SAGE, pp. 329–340.
134. Richards, G. (2020), "Designing creative places: The role of creative tourism", *Annals of Tourism Research* (85), 102922.
135. Richards, G. (2021), *Rethinking cultural tourism*, Cheltenham, Edward Elgar Publishing.
136. Richards, G., & Marques, L. (2018), *Creating synergies between cultural policy and tourism for permanent and temporary citizens*, Barcelona, UCLG/ICUB.
137. Richards, G., & Wilson, J. (2006), "Developing creativity in tourist experiences: A solution to the serial reproduction of culture?", *Tourism Management* Vol. 27(6), pp. 1209–1223.
138. Richards, G., & Wilson, J. (2007), "A case study of creative tourism in Viana do Castelo", In G. Richards & J. Wilson (Eds.), *Tourism, creativity and development*, London, Routledge, pp. 145–157.
139. Richards, G., & Wilson, J. (2007), *Tourism, creativity and development*, London, Routledge.
140. Richards, G., & Munsters, W. (2010), *Cultural tourism research methods*, Wallingford, CABI.

141. Richards, G., & Marques, L. (2012), "Exploring creative tourism: Introduction", *Journal of Tourism Consumption and Practice* Vol. 4(2), pp. 1–11.
142. Russo, A. P., & Van der Borg, J. (2002), "Planning considerations for cultural tourism: A case study of four European cities", *Tourism Management* Vol. 23(6), pp. 631–637.
143. Schmitt, B. (1999), "Experiential marketing", *Journal of Marketing Management* Vol. 15(1–3), pp. 53–67, from:
<https://doi.org/10.1362/026725799784870496>
144. Schuckert, M., & Wattanacharoensil, W. (2014), "Thailand's master plans and policies: Implications for creative tourism?", *Current Issues in Tourism* Vol. 19(10), pp. 1000–1025.
145. Smith, M. K. (2015), *Issues in cultural tourism studies* (3rd ed.), London, Routledge.
146. Sudirah, S., & Febriani, R. (2019), "Potential development of creative tourism and supporting aspects", *Proceedings of the 2nd International Seminar on Business, Economics, Social Science and Technology* (ISBEST 2019) (pp. 273–278), Paris, Atlantis Press.
147. Tan, S. K., Kung, S. F., & Luh, D. B. (2012), "A model of creative experience in creative tourism", *Annals of Tourism Research* (41), pp. 153–174.
148. Tom Dieck, M. C., & Jung, T. (2018), "A theoretical model of mobile augmented reality acceptance in urban heritage tourism", *Current Issues in Tourism* Vol. 21(2), pp. 154-174,
<https://doi.org/10.1080/13683500.2015.1070801>.
149. UNCTAD. (2010), *Report by the Secretariat of the United Nations Conference on Trade and Development*, New York & Geneva, United Nations.
150. UNESCO. (2006), Creative Cities Network: Towards sustainable strategies of creative tourism, *Discussion Report of the Planning Meeting for the 2008 International Conference on Creative Tourism*, Santa Fe, New Mexico, U.S.A.

151. UNESCO (2006), *Towards sustainable strategies for creative tourism*, UNESCO Creative Cities Network, <https://www.unesco.org>.
152. UNWTO (2021), Sustainable Development Goals (SDGs), <https://www.unwto.org/news/harnessing-the-power-of-culture-and-creativity-in-tourism-recovery>.
153. UNWTO (2022), *Tourism recovery tracker: Global and regional tourism overview*, World Tourism Organization, <https://www.unwto.org/tourism-data/unwto-tourism-recovery-tracker>.
154. UNWTO (2023), *World tourism barometer 2023: Tourism on track for full recovery*, World Tourism Organization, <https://doi.org/10.18111/wtobarmetereng>.
155. UNWTO (2024), *Tourism and digital transformation: How technology is reshaping the travel experience*, World Tourism Organization, <https://www.unwto.org/digital-transformation>
156. Wisudawati, N. N. (2023), "Village revitalization: A priority for creative tourism attraction design in Celuk", *Journal of Tourism Research* Vol. 6(11), pp. 45–55.
157. Wisudawati, N. N. S., & K. J. (2023), "Potential of Tri Eka Buana Village as an Arak Tourism Village through the creative tourism concept in Karangasem Regency", *JITODE: Journal of Tourism Development* Vol. 11(2), pp. 101–112.
158. Wei, W. (2019). Research progress on virtual reality (VR) and augmented reality (AR) in tourism and hospitality: A critical review of publications from 2000 to 2018. *Journal of Hospitality and Tourism Technology* Vol. 10(4), pp. 539-570, <https://doi.org/10.1108/JHTT-04-2018-0030>
159. Wurzbürger, R., Pattakos, A., & Pratt, S. (2010), *A global conversation: How to provide unique creative experiences for travelers worldwide*, Santa Fe, Sunstone Press.

160. Xie, P. (2018), “Motivational determinates of creative tourism: A case study of Albergue art space in Macau”, *Current Issues in Tourism* Vol. 22(12), pp. 1468–1485.
161. Zhang, Y., & Zhou, Y. (2013), “Study on the main characteristics and development countermeasures of creative tourism”, *Proceedings of the 2013 International Conference on Education, Management and Social Science (ICEMSS-13)*, pp. 233–240, <https://doi.org/10.2991/icemss.2013.48>.
162. Zatori, A. (2013), *Tourism experience creation from a business perspective*, Doctoral dissertation, Budapesti Corvinus Egyetem.
163. Zeng, Q., & Li, L. (2012), “An analysis on the demand for cultural creative tourism and its differences: Taking Shanghai World Expo as an example”, *Tourism Tribune* Vol. 27(5), pp. 103–108.
164. Zhou, L. (2023), “Entrepreneurial networks in creative tourism place-making: Dali village, Wuhan, China”, *Tourism Geographies* Vol. 25(1), pp. 220–242.

PHỤ LỤC 1. BẢNG KHẢO SÁT

Tác giả đã tiến hành phỏng vấn với 15 chuyên gia để khám phá và xác định các nhân tố ảnh hưởng đến sự phát triển du lịch sáng tạo tại làng gốm Bàu Trúc, làng dệt Mỹ Nghiệp.

A. Chuẩn bị phỏng vấn

- Bảng hỏi
- Tài liệu có liên quan
- Máy thu âm
- Sinh viên hỗ trợ

Câu hỏi tham vấn ý kiến chuyên gia về thang đo/biến quan sát (phỏng vấn trực tiếp)

Xin quý vị cho biết quan điểm của mình về các thang đo, biến quan sát phía dưới đây để đo lường các khái niệm nghiên cứu: nguồn lực địa phương, kỹ thuật sáng tạo, con người sáng tạo, hoạt động sáng tạo. Để thể hiện quan điểm của mình, chuyên gia vui lòng cho ý kiến về mỗi phát biểu (đồng ý, chỉnh sửa hay loại bỏ)? Vì sao? Ngoài ra, các chuyên gia có thể đề xuất các biến quan sát mới bổ sung vào thang đo các khái niệm nghiên cứu. Kính mong quý Ông/Bà, vui lòng dành thời gian trả lời một số câu hỏi dưới đây. Tôi cam kết sẽ giữ bí mật tuyệt đối các thông tin được cung cấp. Xin chân thành cảm ơn!!

Phỏng vấn sâu chuyên gia qua Google Form

1. Mục đích: Nhằm khai thác thông tin và chuẩn hóa các thang đo trong bảng nghiên cứu. Những ý kiến của các chuyên gia là dữ liệu quý báu và hiệu quả và là coi là điểm kết tinh của tri thức.

2. Đối tượng: Các chuyên gia đang giảng dạy tại các trường đại học, các doanh nghiệp là giám đốc du lịch, điều hành du lịch, các hướng dẫn viên đưa khách đến với làng gốm Bàu Trúc, làng dệt Mỹ Nghiệp.

3. Hình thức: thông qua Google form cho các chuyên gia đang giảng dạy tại các trường đại học, các doanh nghiệp là giám đốc du lịch, điều hành du lịch, các hướng dẫn viên đưa khách đến với làng gốm Bàu Trúc, dệt Mỹ Nghiệp không có thời gian tiếp xúc trực tiếp.

Theo các chuyên gia, những nhân tố nào liên quan đến phát triển du lịch sáng tạo tại làng nghề truyền thống ở Ninh Thuận?

.....

B. Kết quả phỏng vấn sâu chuyên gia cụ thể như sau:

STT	Yếu tố	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	Kết quả
1	Nguồn lực (sáng tạo là nền tảng)																
2	Kỹ thuật và quá trình sáng tạo (sáng tạo là nền tảng)																
3	Con người sáng tạo (Sáng tạo làm nền tảng)																
4	Hoạt động sáng tạo (sáng tạo là hoạt động)																

Phát triển du lịch sáng tạo bao gồm các biến quan sát sau, nghiên cứu dùng phần mềm Quirkos mã hóa kết quả.

1. Thang đo Nguồn lực (sáng tạo là nền tảng) bao gồm

- Di sản văn hóa truyền thống đặc sắc (di tích)
- Nguồn tài nguyên lịch sử
- Điều kiện tự nhiên, cảnh quan
- Điều kiện kinh tế xã hội và an ninh chính trị
- Điều kiện cơ sở vật chất kỹ thuật và hạ tầng (bảo tàng, khu trưng bày, hợp tác xã, bãi xe, điểm dừng chân, đất trống...)
- Điều kiện nguồn nhân lực
- Điều kiện mạng lưới liên kết
- Điều kiện khả năng tiếp cận

- Tính mùa vụ

2. Thang đo kỹ thuật và quá trình sáng tạo (sáng tạo là nền tảng)

- Nguyên liệu
- Sản phẩm
- Câu chuyện
- Tính xác thực (nguồn gốc)
- Phương pháp làm (kỹ thuật sản xuất, hoa văn...)

3. Con người sáng tạo (Sáng tạo làm nền tảng)

- Người địa phương (thái độ, động lực,...)
- Nghệ nhân (thái độ, động lực...)
- Khách du lịch sáng tạo (thái độ, học hỏi, tham gia)
- Doanh nghiệp sáng tạo (ý tưởng sáng tạo, sản phẩm sáng tạo, đổi mới, tiếp thị)
- Quản lý sáng tạo (quy hoạch, chính sách, chiến lược)

4. Hoạt động sáng tạo (sáng tạo là hoạt động)

- Học
- Ném
- Tham dự
- Nhìn
- Kết nối
- Triển lãm, sự kiện
- Công nghệ
- Mua sắm

Quý vị có ý kiến gì với các phát biểu các nhân tố sau đây:

1. Có sự ảnh hưởng cùng chiều giữa các nhân tố liên quan đến Phát triển du lịch sáng tạo tại làng nghề truyền thống ở Ninh Thuận.
2. Có mối quan hệ nghịch chiều giữa các nhân tố liên quan đến Phát triển du lịch sáng tạo tại làng nghề truyền thống ở Ninh Thuận.

Góp ý các thang đo:

Thang đo các nhân tố liên quan đến Phát triển du lịch sáng tạo tại làng nghề truyền thống ở Ninh Thuận.

BẢN KHẢO SÁT GÓP Ý THANG ĐO

Tôi là Phan Minh Châu - hiện đang là nghiên cứu sinh tại Khoa Du lịch - Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn Hà Nội, Đại học Quốc gia Hà Nội. Hiện nay tôi đang thực hiện đề tài luận án “Nghiên cứu phát triển du lịch sáng tạo tại làng nghề truyền thống ở Ninh Thuận”. Kính mong quý Ông/Bà, vui lòng dành thời gian trả lời một số câu hỏi dưới đây. Tôi cam kết sẽ giữ bí mật tuyệt đối các thông tin được cung cấp. Xin chân thành cảm ơn!!

Nội dung phỏng vấn

Tham vấn ý kiến chuyên gia về mối quan hệ tích cực đến việc phát triển du lịch sáng tạo tại làng nghề

1. Nhận định chung về du lịch sáng tạo tại làng nghề truyền thống Bàu Trúc, dệt Mỹ Nghiệp

2. Đánh giá tình hình du lịch sáng tạo tại làng nghề truyền thống Bàu Trúc, dệt Mỹ Nghiệp

3. Xác định các yếu tố ảnh hưởng đến việc phát triển du lịch sáng tạo làng nghề Bàu Trúc, dệt Mỹ Nghiệp

3.1 Nguồn lực địa phương ảnh hưởng tích cực đến du lịch sáng tạo tại Ninh Thuận

Đồng thuận ☐

Không đồng thuận ☐

Ý kiến khác ☐

3.2 Quá trình sáng tạo ảnh hưởng tích cực đến ảnh hưởng tích cực đến du lịch sáng tạo tại Ninh Thuận

Đồng thuận ☐

Không đồng thuận ☐

Ý kiến khác ☐

3.3 Con người sáng tạo ảnh hưởng tích cực đến ảnh hưởng tích cực đến du lịch sáng tạo tại Ninh Thuận

Đồng thuận ☐

Không đồng thuận ☐

Ý kiến khác ☐

3.4 Hoạt động sáng tạo ảnh hưởng tích cực đến ảnh hưởng tích cực đến du lịch sáng tạo tại Ninh Thuận

Đồng thuận ☐

Không đồng thuận ☐

Ý kiến khác ☐

3.5 Công nghệ sáng tạo ảnh hưởng tích cực đến ảnh hưởng tích cực đến du lịch sáng tạo tại Ninh Thuận

Đồng thuận ☐

Không đồng thuận ☐

Ý kiến khác ☐

Kết quả thảo luận nhóm hiệu chỉnh

NL	Biến quan sát	Hiệu chỉnh
1. Bối cảnh sáng tạo (Nguồn lực sáng tạo)		
NL1	Đánh giá di sản văn hóa truyền thống đặc sắc của làng gốm Bàu Trúc, dệt Mỹ Nghiệp - Ninh Thuận	Giữ nguyên
NL2	Đánh giá tài nguyên lịch sử của làng gốm Bàu Trúc, dệt Mỹ Nghiệp - Ninh Thuận	Giữ nguyên
NL3	Đánh giá điều kiện tự nhiên, cảnh quan làng gốm Bàu Trúc, dệt Mỹ Nghiệp - Ninh Thuận	Giữ nguyên
NL4	Đánh giá điều kiện kinh tế xã hội và an ninh chính trị	Giữ nguyên
NL5	Đánh giá điều kiện cơ sở vật chất kỹ thuật và hạ tầng, dịch vụ hỗ trợ du lịch	Giữ nguyên
NL6	Đánh giá điều kiện nguồn nhân lực	Giữ nguyên
NL7	Đánh giá điều kiện mạng lưới liên kết	Thay thế: Đánh giá về quảng bá, xúc tiến du lịch
NL8	Đánh giá điều kiện khả năng tiếp cận	Loại bỏ
NL9	Đánh giá điều kiện tính mùa vụ	Loại bỏ

NL	Biến quan sát	Hiệu chỉnh
2. Kỹ thuật và quá trình sáng tạo		
KT1	Đánh giá về nguồn nguyên liệu độc đáo	Giữ nguyên
KT2	Đánh giá về sản phẩm độc đáo, đa dạng và hấp dẫn	Giữ nguyên
KT3	Đánh giá về câu chuyện (truyền thuyết) về nguồn gốc gồm Bàu Trúc, dệt Mỹ Nghiệp, thú vị và độc đáo	Giữ nguyên
KT4	Đánh giá về tính xác thực của gổm, dệt (nguồn gốc) và quá trình sản xuất.	Giữ nguyên
KT5	Đánh giá phương pháp làm gổm, dệt vải (từ khâu chuẩn bị đến hoàn thiện) đều làm hoàn toàn bằng thủ công.	Giữ nguyên
KT6	Đánh giá địa điểm và không gian được thiết kế kích thích sự sáng tạo	Giữ nguyên
3. Con người sáng tạo (sáng tạo làm nền tảng)		
CN1	Đánh giá về thái độ của người địa phương	Giữ nguyên
CN2	Đánh giá về thái độ của nghệ nhân nông thôn	Giữ nguyên
CN3	Động lực mong muốn tham gia làm gổm, dệt vải của du khách	Loại bỏ:
CN4	Đánh giá về thái độ doanh nghiệp sản xuất gổm, dệt vải tại làng nghề	Giữ nguyên
CN5	Đánh giá về cách quản lý của chính quyền sở tại	Điều chỉnh: Đánh giá về thái độ chính quyền sở tại
4. Hoạt động sáng tạo (sáng tạo là hoạt động)		
HD1	Đánh giá về hoạt động dạy làm gổm, dệt vải của nghệ nhân	Giữ nguyên
HD2	Đánh giá về hoạt động làm thử gổm, làm vải của nghệ nhân	Giữ nguyên

NL	Biến quan sát	Hiệu chỉnh
HĐ	Đánh giá về hoạt động xem nghệ nhân biểu diễn làm gốm, dệt vải	Giữ nguyên
HĐ	Đánh giá về hoạt động cùng nghệ nhân tham gia làm hoạt tiết trang trí cho gốm, vải.	Giữ nguyên
HĐ	Đánh giá về hoạt động trò chuyện giữa nghệ nhân và du khách	Giữ nguyên
HĐ	Đánh giá về hoạt động triển lãm về làng gốm, làng dệt	Giữ nguyên
HĐ	Đánh giá về hoạt động công nghệ được sử dụng tại làng gốm, làng dệt	Giữ nguyên
HĐ	Đánh giá về hoạt động mua sắm tại làng gốm, làng dệt	Giữ nguyên
HĐ	Đánh giá về lễ hội tại làng gốm, làng dệt?	Loại bỏ
HĐ	Đánh giá về thuyết minh viên tại điểm	Giữ nguyên
5. Phát triển du lịch sáng tạo tại làng nghề Bàu Trúc, dệt Mỹ Nghiệp		
PT1	Mong muốn tham gia nhiều hoạt động sáng tạo hơn nữa tại làng gốm Bàu Trúc, dệt Mỹ Nghiệp	Giữ nguyên
PT2	Mức độ hấp dẫn của điểm tham quan làng nghề	Giữ nguyên
PT3	Mong muốn quay lại làng gốm Bàu Trúc, dệt Mỹ Nghiệp lần tới	Giữ nguyên
PT4	Anh chị sẽ giới thiệu làng gốm, làng dệt cho người thân và bạn bè?	Loại bỏ

PHỤ LỤC 2: PHÒNG VẤN CHUYÊN GIA

Tác giả đã tiến hành phỏng vấn chuyên gia chia làm 3 nhóm là nghệ nhân, các đại diện doanh nghiệp địa phương, các đại diện ban quản lý làng gốm Bàu Trúc, dệt Mỹ Nghiệp và du khách để xác định và điều chỉnh biến quan sát. Danh sách tham gia phỏng vấn được trình bày theo bảng dưới đây:

A. Chuẩn bị phỏng vấn

1. Mục đích:

Nhằm khai thác thông tin và chuẩn hóa các thang đo trong bảng nghiên cứu, chúng tôi tiến hành phỏng vấn nhóm nhằm tiếp thu ý kiến của quý vị nhằm làm rõ các thang đo. Những ý kiến của doanh nghiệp, ban quản lý làng gốm Bàu Trúc, dệt Mỹ Nghiệp và du khách cực kỳ quý báu để nghiên cứu của tôi thêm hoàn thiện.

Mục tiêu của buổi phỏng vấn nhằm làm rõ được nội dung chính sau:

- Xác định các nhân tố ảnh hưởng đến sự phát triển của du lịch sáng tạo tại làng nghề Bàu Trúc, dệt Mỹ Nghiệp.

- Ý kiến về sự hài lòng và chưa hài lòng của du khách về các hoạt động diễn ra tại làng gốm Bàu Trúc cho sự phát triển của du lịch sáng tạo tại làng gốm Bàu Trúc, dệt Mỹ Nghiệp.

- Nguyên vọng của du khách trong các hoạt động sáng tạo diễn ra tại làng gốm Bàu Trúc, làng dệt Mỹ Nghiệp nguyên vọng nào du khách mong muốn học hỏi nhất và vì sao?

2. Đối tượng:

- Doanh nghiệp địa phương
- Ban quản lý làng gốm Bàu Trúc, làng dệt Mỹ Nghiệp
- Nghệ nhân địa phương
- Hướng dẫn viên tại điểm

3. Hình thức:

- Câu hỏi bán cấu trúc

4. Chương trình phỏng vấn:

- Giới thiệu mục đích nghiên cứu
- Câu hỏi đã chuẩn bị sẵn đã được nêu ra trong cuộc phỏng vấn

5. Phương tiện phỏng vấn:

Câu hỏi phỏng vấn quản lý địa phương và doanh nghiệp và nghệ nhân địa phương (nguồn cung)	Câu hỏi phỏng vấn hướng dẫn viên, khách tham quan (nguồn cầu)	Mã hóa Quirkos
	vải được lấy từ đâu không? 4. Ngoài nguyên liệu ra, thì theo anh chị đâu là điều anh chị quan tâm từ gổm Bàu Trúc, dệt Mỹ Nghiệp ? 5. Anh chị có biết truyền thuyết về gổm Bàu Trúc, dệt Mỹ Nghiệp. 6. Trong quá trình làm gổm, ngoài nguyên liệu anh chị còn quan tâm điều gì khác?	
3. Vai trò của anh chị về phát triển du lịch sáng tạo tại làng gổm Bàu Trúc, dệt Mỹ Nghiệp thể hiện ở điểm nào?	7. Anh chị nhận thấy thái độ của người dân, nghệ nhân tại làng gổm Bàu Trúc, dệt Mỹ Nghiệp thế nào? 8. Người nghệ nhân hướng dẫn bạn làm gổm, làm vải như thế nào? 9. Ngoài nghệ nhân địa phương, ai là người anh chị muốn gặp nhất để trao đổi và tương tác?	Thái độ của con người

Câu hỏi phỏng vấn lý địa phương và doanh nghiệp và nghệ nhân địa phương (nguồn cung)	Câu hỏi phỏng vấn hướng dẫn viên, khách tham quan (nguồn cầu)	Mã hóa Quirkos
4. Theo anh chị, tại làng gốm Bàu Trúc, dệt Mỹ Nghệ có các hoạt động nào phù hợp để phát triển du lịch sáng tạo?	10. Hoạt động nào tại làng gốm Bàu Trúc, dệt Mỹ Nghệ anh chị quan tâm và muốn học nhất?	Hoạt động sáng tạo
5. Làng gốm Bàu Trúc, dệt Mỹ Nghệ còn có những hoạt động nào gây ấn tượng cho du khách theo anh chị là sáng tạo?	11. Anh chị đề xuất những hoạt động nào là phù hợp cho làng gốm Bàu Trúc, dệt Mỹ Nghệ nhằm phát triển du lịch sáng tạo?	Hoạt động sáng tạo
6. Làng gốm có những hoạt động nào cho du khách tham gia vào?	12. Hoạt động nào tại làng gốm Bàu Trúc, dệt Mỹ Nghệ theo anh chị là sáng tạo? 13. Để phát triển du lịch sáng tạo, theo anh chị, làng gốm cần thêm những hoạt động nào?	Trải nghiệm sáng tạo
7. Anh chị đánh giá thế nào về dịch vụ phục vụ du lịch tại làng gốm, làng vải?	14. Ngoài nhân tố hoạt động trải nghiệm thì để phát triển du lịch làng gốm theo hướng sáng tạo thì làng gốm, làng vải cần có những nhân tố nào? 15. Đánh giá của anh chị về dịch vụ du lịch tại làng	Dịch vụ du lịch Sự hài lòng

Câu hỏi phỏng vấn lý địa phương và doanh nghiệp và nghệ nhân địa phương (nguồn cung)	Câu hỏi phỏng vấn hướng dẫn viên, khách tham quan (nguồn cầu)	Mã hóa Quirkos
	gồm Bàu Trúc, dệt Mỹ Nghiep ? 16. Anh chị cảm thấy hài lòng với làng gốm Bàu Trúc, dệt Mỹ Nghiep ?	
8. Mong muốn của anh chị trong việc phát triển du lịch tại làng gốm Bàu Trúc, dệt Mỹ Nghiep ?	17. Điều thành công của việc phát triển du lịch đại chúng sang du lịch sáng tạo thể hiện ở điểm nào? 18. Anh chị có muốn quay lại làng gốm Bàu Trúc, dệt Mỹ Nghiep lần nữa không? 19. Anh (chị) sẽ giới thiệu làng gốm Bàu Trúc, dệt Mỹ Nghiep cho nhiều người?	Du khách quay lại

Bảng 3.9: Bảng khung lý thuyết được sử dụng

STT	Yếu tố	Biến quan sát	Mã hóa	Cơ sở lý thuyết
1	Nguồn lực sáng tạo (bối cảnh sáng tạo)	Di sản văn hóa truyền thống đặc sắc	NL1	Chen (2022), Promnil Niramol (2022)
		Tài nguyên lịch sử	NL2	Pudong (2019), Pertywy (2022)
		Điều kiện tự nhiên, cảnh quan làng gốm, làng dệt.	NL3	Chen (2022).

STT	Yếu tố	Biến quan sát	Mã hóa	Cơ sở lý thuyết
		Điều kiện kinh tế xã hội, an ninh chính trị	NL4	Markus (2014)
		Điều kiện cơ sở vật chất và hạ tầng, dịch vụ hỗ trợ du lịch.	NL5	Nancy Duxbury (2019)
		Điều kiện nguồn nhân lực	NL6	Pudong (2019).
		Quảng bá, xúc tiến du lịch	NL7	Pertywy (2022), Gareth Butler, Christian M Rogerson (2018).
2	Kỹ thuật và quá trình sáng tạo	Nguồn nguyên liệu độc đáo	KT1	Richards (2005)
		Sản phẩm độc đáo, đa dạng và hấp dẫn.	KT2	Richards (2005)
		Câu chuyện (truyền thuyết) về nguồn gốc gốm Bàu Trúc, dệt Mỹ Nghiệp thú vị và độc đáo	KT3	Richards (2020)
		Tính xác thực của gốm, vải (nguồn gốc) và quá trình sản xuất	KT4	Richards (2020)
		Phương pháp làm gốm, làm vải (từ khâu chuẩn bị đến hoàn thiện) đều làm hoàn toàn bằng thủ công	KT5	Richards (2020)
		Địa điểm và không gian được thiết kế kích thích sự sáng tạo	KT6	Richards (2020)
3		Thái độ của người địa phương	CN1	Einali (2019), Richards (2013)

STT	Yếu tố	Biến quan sát	Mã hóa	Cơ sở lý thuyết
	Con người sáng tạo (sự tham gia của cộng đồng)	Thái độ của nghệ nhân	CN2	Nina Mistriani (2018), Sudirah Sudirah (2019)
		Thái độ doanh nghiệp sản xuất	CN3	Wisudawati (2023), Jongwon (2015).
		Thái độ chính quyền sở tại	CN4	Zhou, L. (2023)
4	Hoạt động sáng tạo (sáng tạo là hoạt động-đồng tạo)	Hoạt động dạy cho du khách thực hiện	HD5	Richards (2006)
		Hoạt động xem nghệ nhân biểu diễn	HD6	Susana Rachão (2014)
		Hoạt động cùng nghệ nhân tham gia làm hoạt tiết trang trí	HD7	Siow-Kian Tan (2013)
		hoạt động trò chuyện giữa nghệ nhân và du khách	HD8	Sudirah Sudirah (2019) Nancy Duxbury (2021)
		Hoạt động công nghệ sáng tạo được sử dụng	HD9	Pierce Qiang Li (2021)
		Thuyết minh viên tại điểm	HD10	Anita Zatori (2013).
5	Phát triển du lịch sáng tạo tại làng gốm Bàu	Trải nghiệm sáng tạo	PT1	Philip Xie (2018), Paula Remoaldo (2020), Hung và cộng sự (2016); Chang et al. (2022); Huang and Yi (2021); Li and Kovacs ((2021);
		Mức độ hấp dẫn	PT2	Richards (2013)

STT	Yếu tố	Biến quan sát	Mã hóa	Cơ sở lý thuyết
	Trúc, dệt Mỹ Nghiệp	Mong muốn quay lại	PT3	Lan-Lan, Chang (2014), Dwi Suhartanto (2020).

Thang đo Nghiên cứu phát triển du lịch sáng tạo tại làng gốm Bàu Trúc, dệt Mỹ Nghiệp

STT	Biến quan sát đã được điều chỉnh	Mã hóa	Nguồn
Bối cảnh sáng tạo (Nguồn lực sáng tạo)			Kết quả phỏng vấn định tính
1	Đánh giá di sản văn hóa truyền thống đặc sắc của làng gốm Bàu Trúc, dệt Mỹ Nghiệp - Ninh Thuận	NL1	
2	Đánh giá tài nguyên lịch sử của làng gốm Bàu Trúc, dệt Mỹ Nghiệp - Ninh Thuận	NL2	
3	Đánh giá điều kiện tự nhiên, cảnh quan làng gốm Bàu Trúc, dệt Mỹ Nghiệp - Ninh Thuận	NL3	
4	Đánh giá điều kiện kinh tế xã hội và an ninh chính trị	NL4	
5	Đánh giá điều kiện cơ sở vật chất kỹ thuật và hạ tầng, dịch vụ hỗ trợ du lịch	NL5	
6	Đánh giá điều kiện nguồn nhân lực	NL6	
7	Đánh giá về quảng bá, xúc tiến du lịch	NL7	
Kỹ thuật và quá trình sáng tạo			
8	Đánh giá về nguồn nguyên liệu độc đáo	KT1	
9	Đánh giá về sản phẩm độc đáo, đa dạng và hấp dẫn	KT2	
10	Đánh giá về câu chuyện (truyền thuyết) về nguồn gốc gốm Bàu Trúc, dệt Mỹ Nghiệp, thú vị và độc đáo	KT3	
11	Đánh giá về tính xác thực của gốm (nguồn gốc) và quá trình sản xuất	KT4	
12	Đánh giá phương pháp làm gốm (từ khâu chuẩn bị đến hoàn thiện) đều làm hoàn toàn bằng thủ công	KT5	

STT	Biến quan sát đã được điều chỉnh	Mã hóa	Nguồn
13	Đánh giá địa điểm và không gian được thiết kế kích thích sự sáng tạo	KT6	
Con người sáng tạo (sự tham gia của cộng đồng)			
14	Đánh giá về thái độ của người địa phương	CN1	
15	Đánh giá về thái độ của nghệ nhân nông thôn	CN2	
16	Đánh giá về thái độ doanh nghiệp sản xuất gốm, sản xuất vải tại làng nghề	CN3	
17	Đánh giá về thái độ chính quyền sở tại	CN4	
Hoạt động sáng tạo (sáng tạo là hoạt động)			
18	Đánh giá về các hoạt động dạy làm gốm của nghệ nhân	HĐ1	
19	Đánh giá về hoạt động xem nghệ nhân biểu diễn làm gốm, dệt vải	HĐ2	
20	Đánh giá về hoạt động cùng nghệ nhân tham gia làm hoạt tiết trang trí cho gốm, vải	HĐ3	
21	Đánh giá về hoạt động trò chuyện giữa nghệ nhân và du khách	HĐ4	
22	Đánh giá về hoạt động triển lãm về làng gốm, vải	HĐ5	
23	Đánh giá về hoạt động công nghệ được sử dụng tại làng gốm, dệt vải	HĐ6	
24	Đánh giá về hoạt động mua sắm tại làng gốm, dệt vải	HĐ7	
25	Đánh giá về thuyết minh viên tại điểm	HĐ8	
Phát triển du lịch sáng tạo tại làng nghề Bàu Trúc, dệt Mỹ Nghiệp			
26	Mong muốn tham gia nhiều hoạt động sáng tạo hơn nữa tại làng	PT1	
27	Mức độ hấp dẫn của điểm tham quan làng nghề	PT2	
28	Mong muốn quay lại làng gốm Bàu Trúc, dệt Mỹ Nghiệp lần tới.	PT3	

BẢNG KHẢO SÁT CHÍNH THỨC

Kính thưa quý anh/chị:

Kính thưa quý anh chị, Ninh Thuận là nơi hội tụ nhiều di sản văn hóa Chăm, ngoài các di tích đền tháp, lễ hội văn hóa đặc sắc, nơi đây còn bảo tồn được các làng nghề truyền thống, trong đó có làng nghề độc đáo là làng gốm Bàu Trúc, dệt Mỹ Nghiệp. Làng nghề truyền thống của người Chăm có thể đổi mới theo hướng sáng tạo trong hoạt động tham quan du lịch, góp phần thúc đẩy phát triển du lịch ở địa phương, giúp đỡ cho người dân địa phương đặc biệt là cộng đồng người Chăm tại Ninh Thuận. Rất mong anh/chị dành chút thời gian làm bảng hỏi bên dưới. Tôi xin cam đoan bảo mật thông tin cá nhân của quý vị cũng như chỉ sử dụng cho mục đích nghiên cứu của mình. Chúc anh/chị nhiều sức khỏe và thành công.

Phần A - Thông tin chung

Quý vị vui lòng chọn câu trả lời bằng cách đánh dấu X vào ô tương ứng với lựa chọn của mình (Vui lòng chỉ chọn **MỘT lựa chọn)**

1.1: Giới tính của bạn

☐ Nam

☐ Nữ

1.2: Tuổi của bạn là?

☐ Dưới 18 tuổi - 25 tuổi

☐ Từ 26 tuổi - 35 tuổi

☐ Từ 36 tuổi - 45 tuổi

☐ Từ 45 tuổi trở lên

1.3: Xin vui lòng cho biết, trình độ học vấn hiện tại của anh/chị?

☐ Trung cấp trở xuống

☐ Đại học

☐ Cao đẳng

☐ Sau đại học

1.4: Quý khách đang đi du lịch với ai?

☐ Đi một mình

☐ Với gia đình có trẻ em trong nhóm

☐ Với bạn gái/bạn trai

☐ Với gia đình không có trẻ em

☐ Với bạn bè

☐ Với bạn bè và gia đình

1.5: Mục đích chính chuyến đi của bạn là gì?

☐ Dự hội nghị

☐ Kinh doanh

☐ Mua sắm

☐ Tham quan các địa điểm tự nhiên và văn hóa

☐ Sự kiện thể thao

☐ Kỳ nghỉ lễ

☐ Nghỉ dưỡng

☐ Khám phá

☐ Khác

Phần B: Phát triển du lịch sáng tạo

Quý vị vui lòng đánh dấu (x) tương ứng với lựa chọn của mình (1-Rất tệ; 2-Tệ; 3-Bình thường; 4-Tốt; 5-Rất tốt)

NL	1. Bối cảnh sáng tạo (nguồn lực sáng tạo)	1	2	3	4	5
1	Đánh giá di sản văn hóa truyền thống đặc sắc của làng gốm Bàu Trúc, dệt Mỹ Nghiệp - Ninh Thuận					
2	Đánh giá tài nguyên lịch sử của làng gốm Bàu Trúc, dệt Mỹ Nghiệp - Ninh Thuận					
3	Đánh giá điều kiện tự nhiên, cảnh quan làng gốm Bàu Trúc, dệt Mỹ Nghiệp - Ninh Thuận					
4	Đánh giá điều kiện kinh tế xã hội và an ninh chính trị					
5	Đánh giá điều kiện cơ sở vật chất kỹ thuật và hạ tầng, dịch vụ hỗ trợ du lịch					
6	Đánh giá điều kiện nguồn nhân lực					
7	Đánh giá về quảng bá, xúc tiến du lịch					
KT	2. Kỹ thuật và quá trình sáng tạo	1	2	3	4	5
8	Đánh giá về nguồn nguyên liệu độc đáo					
9	Đánh giá về sản phẩm độc đáo, đa dạng và hấp dẫn					
10	Đánh giá về câu chuyện (truyền thuyết) về nguồn gốc gốm Bàu Trúc, dệt Mỹ Nghiệp thú vị và độc đáo					
11	Đánh giá về tính xác thực của gốm, vải (nguồn gốc) và quá trình sản xuất					
12	Đánh giá phương pháp làm gốm, vải (từ khâu chuẩn bị đến hoàn thiện) đều làm hoàn toàn bằng thủ công					
13	Đánh giá địa điểm và không gian được thiết kế kích thích sự sáng tạo					
CN	3. Con người sáng tạo (sáng tạo làm nền tảng)	1	2	3	4	5
14	Đánh giá về thái độ của người địa phương					

15	Đánh giá về thái độ của nghệ nhân nông thôn					
16	Đánh giá về doanh nghiệp sản xuất gốm, vải tại làng nghề					
17	Đánh giá về thái độ chính quyền sở tại.					
HD	4. Hoạt động sáng tạo (sáng tạo là hoạt động)	1	2	3	4	5
18	Đánh giá về các hoạt động dạy làm gốm, dệt vải của nghệ nhân					
19	Đánh giá về hoạt động xem nghệ nhân biểu diễn làm gốm, làm vải.					
20	Đánh giá về hoạt động cùng nghệ nhân tham gia làm hoạt tiết trang trí cho gốm, vải.					
21	Đánh giá về hoạt động trò chuyện giữa nghệ nhân và du khách					
22	Đánh giá về hoạt động triển lãm về làng gốm, làng dệt.					
23	Đánh giá về hoạt động công nghệ được sử dụng tại làng gốm, làng dệt.					
24	Đánh giá về hoạt động mua sắm tại làng gốm, làng dệt.					
25	Đánh giá về thuyết minh viên tại điểm.					

5. Phát triển du lịch sáng tạo tại làng nghề Bàu Trúc, dệt Mỹ Nghiệp

Quý vị vui lòng đánh dấu (x) tương ứng với lựa chọn của mình (1-Rất không đồng ý; 2-không đồng ý; 3-Bình thường; 4-Đồng ý; 5-Rất đồng ý)

PT	5. Phát triển du lịch sáng tạo tại làng gốm Bàu Trúc, dệt Mỹ Nghiệp	1	2	3	4	5
26	Anh chị mong muốn tham gia nhiều hoạt động trải nghiệm sáng tạo hơn nữa tại làng gốm Bàu Trúc, dệt Mỹ Nghiệp.					

27	Anh chị cảm thấy hài lòng về điểm tham gia làng gốm Bàu Trúc, dệt Mỹ Nghiệp.					
28	Anh chị mong muốn quay lại làng gốm Bàu Trúc, dệt Mỹ Nghiệp lần tới.					

Xin chân thành cảm ơn Anh/Chị đã dành thời gian quý báu
cung cấp những thông tin trên đây

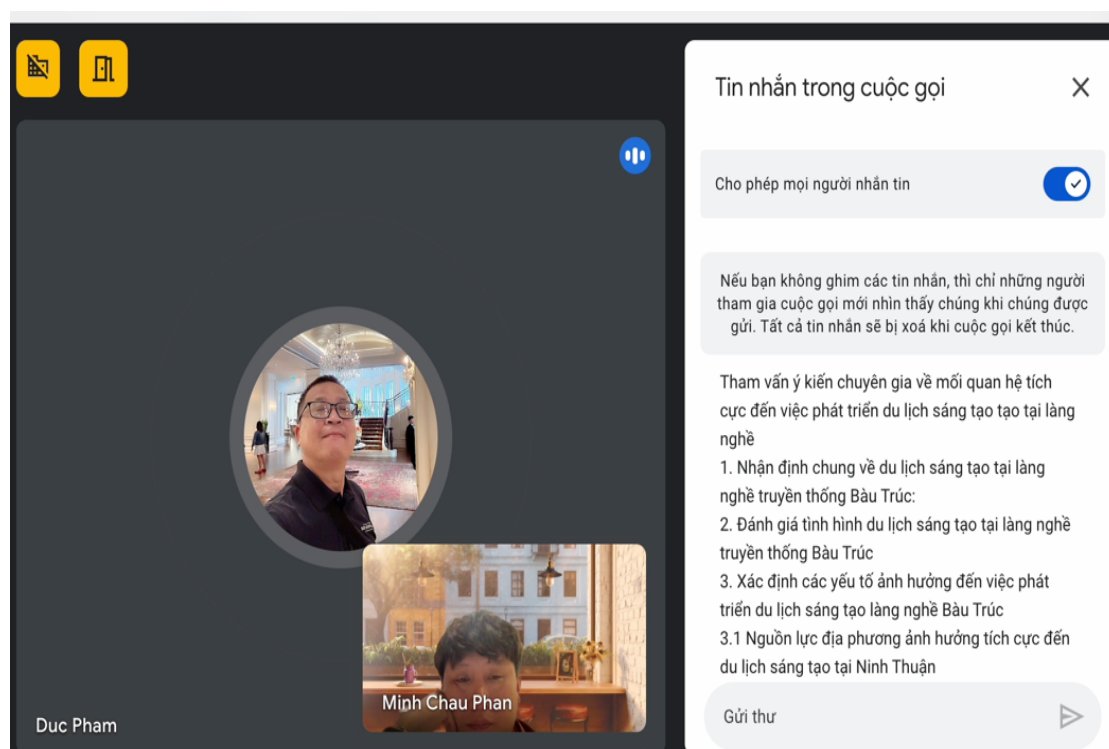
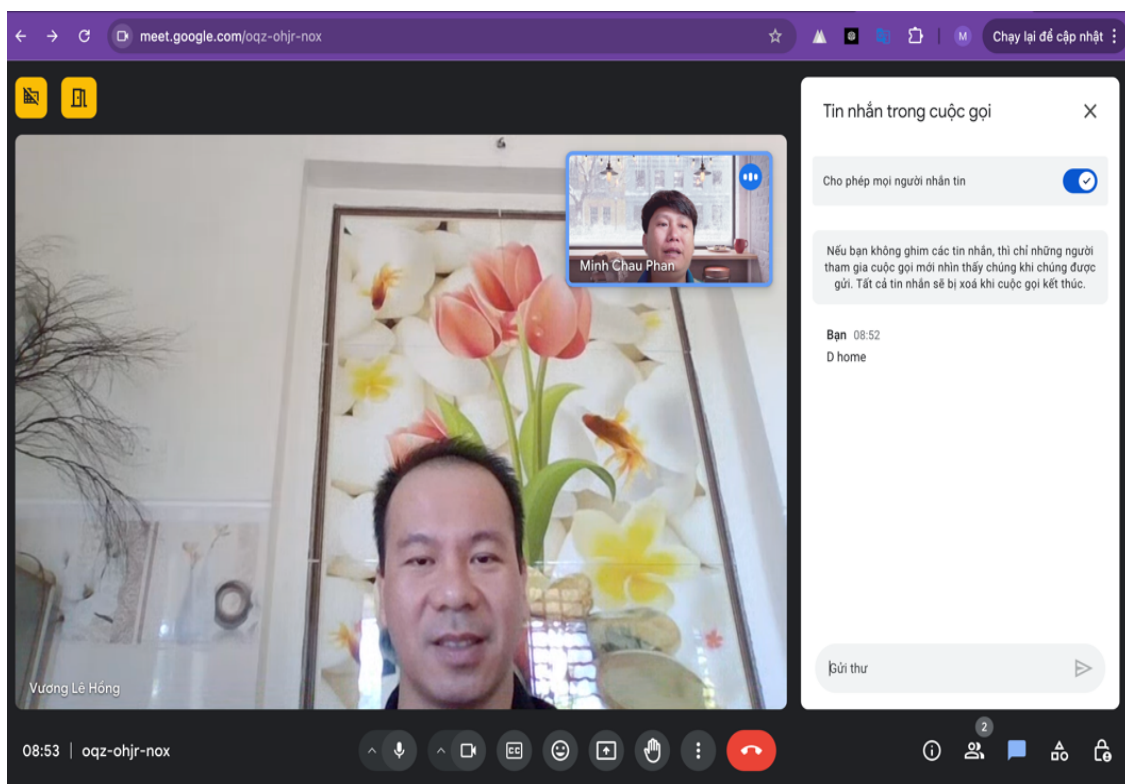
PHỤ LỤC 3. HÌNH ẢNH

(Tất cả ảnh đều do tác giả thực địa chụp: Đợt 1: 1/11/2024; Đợt 2: Ngày 1-12-2024;
Đợt 3: 15/12/2024)



Du khách tham quan và tham gia vào công đoạn làm gốm và tự tay làm ra sản phẩm gốm cho riêng mình. Ngày 1-12-2024

Phỏng vấn online qua google meet: Chuyên gia TS. Lê Hồng Vương-Phó khoa Du lịch-Trường Đại học Văn Hiến



Phỏng vấn online qua google meet: Chuyên gia và Founder & CEO Saigon Sunshine Travel, ThS. Phạm Tấn Đức



Phòng vấn ban quản lý làng gốm Bàu Trúc ngày 1/11/2024



Phòng vấn du khách ngày 15/12/2024



Quan sát và phỏng vấn du khách tham gia làm gốm Bàu Trúc ngày 15/12/2024



Du khách nước ngoài tham gia vào 1 công đoạn tạo hình gốm Bàu Trúc ngày 15/12/2024



Phỏng vấn chính quyền địa phương, ngày 1/11/2024

Hình ảnh khảo sát tại Làng nghề dệt Mỹ Nghiệp



