

TRẢI NGHIỆM CỦA KHÁCH DU LỊCH SÁNG TẠO TẠI HÀ NỘI

● LÊ THỊ KIM CHI

Khoa Du lịch và Khách sạn,
Trường Đại học Kinh tế - Kỹ thuật Công nghiệp

TÓM TẮT:

Bài báo này nghiên cứu trải nghiệm của khách du lịch sáng tạo tại Hà Nội bằng cách sử dụng phương pháp phỏng vấn bán cấu trúc khách du lịch sáng tạo và doanh nghiệp cung cấp dịch vụ du lịch sáng tạo. Kết quả cho thấy hoạt động du lịch sáng tạo tại Hà Nội giúp khách du lịch sáng tạo tại địa bàn có trải nghiệm mang tính địa phương đa dạng, giúp gia tăng tiềm năng sáng tạo và phát triển bản sắc cá nhân. Bài báo cũng đưa ra một số khuyến nghị giúp tăng cường trải nghiệm của khách du lịch sáng tạo để góp phần phát triển loại hình du lịch sáng tạo tại Hà Nội.

Từ khóa: du lịch sáng tạo, khách du lịch, trải nghiệm, Hà Nội.

1. Đặt vấn đề

Khách du lịch, đặc biệt là ở khu vực đô thị, đã có những chuyển đổi đáng kể. Họ có xu hướng muốn cảm nhận một trải nghiệm, nghĩa là ngủ, nếm và chạm vào văn hóa của thành phố mà họ đến thăm. Khi cạnh tranh ngày càng gia tăng, các nhà quản lý du lịch xây dựng chiến lược của họ dựa trên sự sáng tạo và kinh nghiệm địa phương nhằm thu hút các cá nhân thuộc tầng lớp sáng tạo. Do vậy, nhiều thành phố đã bắt đầu áp dụng các chiến lược để thúc đẩy du lịch sáng tạo (DLST), từ đó, thu hút du khách đang tìm kiếm những chuyến phiêu lưu sáng tạo cho phép họ trải nghiệm cảm giác thực sự trong chuyến đi của mình.

DLST được định nghĩa là một quá trình tích cực

dựa trên kiến thức chuyên môn sáng tạo của địa phương, đồng thời cung cấp kinh nghiệm học tập và phát triển cá nhân, cho phép chuyển đổi bản sắc của một cá nhân và vì vậy mang lại trải nghiệm độc đáo và khác biệt cho các cá nhân. DLST được coi là một chiến lược có thể giúp “tái tạo lại hình ảnh của một điểm đến về mặt vật chất, văn hóa và xã hội, bên cạnh việc có tác động tích cực đến hình ảnh của điểm đến khách đã ghé thăm”. Điều cần thiết là tìm hiểu hành vi tiêu dùng của những khách du lịch sáng tạo này. Vì vậy, mục tiêu nghiên cứu của bài báo là tìm hiểu khách du lịch sáng tạo (KDLST) thực sự muốn trải nghiệm gì trong hành trình du lịch của họ, những gì họ nhận được và xác định cách họ trải nghiệm DLST trên thực tế, từ đó có các biện

pháp tăng cường trải nghiệm của KDLST phù hợp với nhu cầu của họ trong các chuyến đi sáng tạo tại địa phương.

Hà Nội hướng đến định vị là một thành phố sáng tạo và đã gia nhập Mạng lưới các thành phố sáng tạo của UNESCO. Việc hiểu rõ hơn quan điểm của những du khách thực hiện loại hình DLST ở Hà Nội sẽ rất thú vị, đặc biệt là mong muốn tham gia các hoạt động sáng tạo, trải nghiệm ngày càng nhiều trong lĩnh vực du lịch. Do vậy, Hà Nội được lựa chọn là địa bàn nghiên cứu.

2. Trải nghiệm của khách du lịch sáng tạo

2.1. Một số khái niệm liên quan

Du lịch sáng tạo

Du lịch sáng tạo phát triển như một “phản ứng” đối với du lịch văn hóa truyền thống và để đáp ứng nhu cầu mới của khách du lịch, những người muốn có những trải nghiệm với ý nghĩa phong phú và sâu sắc hơn. Với sự phát triển của nền kinh tế sáng tạo, DLST được coi là sự mở rộng của du lịch văn hóa, một phần của du lịch văn hóa đã chuyển đổi thành DLST vì khách du lịch mong muốn có nhiều tính tương tác và sáng tạo hơn trong trải nghiệm du lịch của mình. Họ kết hợp nhiều hoạt động hơn trong chuyến đi để có trải nghiệm du lịch tích cực.

Thành phố sáng tạo

DLST đặc biệt được thực hiện trong môi trường đô thị, cụ thể là các thành phố sáng tạo. Ở những đô thị sáng tạo này, du khách và người dân địa phương tham gia vào các hoạt động giống nhau và tận hưởng cùng một nền văn hóa đô thị. Dựa trên ý tưởng, văn hóa có thể đóng một vai trò quan trọng trong việc đổi mới đô thị, UNESCO đã thành lập Mạng lưới Thành phố Sáng tạo. Các thành phố sáng tạo có tác động mạnh mẽ đến nhiều lĩnh vực sáng tạo như công nghệ, truyền thông hoặc văn hóa. Tiềm năng sáng tạo (TNST) của một thành phố đòi hỏi sự tham gia của cộng đồng sáng tạo, những người tổ chức và tham gia vào các hoạt động thúc đẩy phát triển văn hóa đổi mới.

Tầng lớp sáng tạo

Nhóm dân cư sáng tạo này bị thu hút bởi môi

trường đô thị đa dạng văn hóa mang lại nhiều cơ hội tối đa hóa TNST của các thành viên trong nhóm. Tầng lớp sáng tạo thường có trình độ học vấn cao hơn mức trung bình, bao gồm những cá nhân có ít nhất 1 bằng đại học và có nghề nghiệp đòi hỏi trình độ tư duy cao. Tầng lớp sáng tạo cũng chấp nhận lối sống không theo chuẩn mực có sẵn, do đó thúc đẩy văn hóa và sự đa dạng của thành phố. Nhóm dân số này có xu hướng thu hút các công ty sáng tạo đến và thành lập tại các thành phố nơi họ sống, vì vậy có ảnh hưởng đáng kể đến sự phát triển kinh tế, thúc đẩy tiềm năng sáng tạo và đổi mới mạnh mẽ của đô thị.

2.2. Khách du lịch sáng tạo và trải nghiệm du lịch sáng tạo

Khách du lịch sáng tạo

KDLST là người đồng sáng tạo và đồng sản xuất trải nghiệm du lịch của riêng họ. Mỗi người đều có tầm nhìn riêng về trải nghiệm sáng tạo. Trên thực tế, một du khách có thể coi hoạt động này là sáng tạo, trong khi du khách khác lại không thấy bất kỳ khía cạnh sáng tạo nào. Như vậy, nhận thức về sự sáng tạo và cách xây dựng trải nghiệm sáng tạo rất đa dạng. Tùy theo sở thích cá nhân, KDLST sẽ phát triển hành trình du lịch của riêng mình dựa trên những gì họ muốn trải nghiệm tại điểm đến. Bất kể sở thích của họ là gì, KDLST đều có nhu cầu trở thành thành viên tích cực của nền văn hóa và cộng đồng mà họ đến thăm.

Nội dung trải nghiệm của KDLST

- Trải nghiệm địa phương:

Các hoạt động DLST phải thúc đẩy việc tìm hiểu các kỹ năng, năng lực và bí quyết của địa phương nơi đến thăm. DLST cho phép tạo ra mối liên kết chặt chẽ hơn giữa du khách và người dân địa phương bằng cách khuyến khích sự tham gia tích cực của cả hai bên cùng một lúc. Sự giao tiếp và hợp tác tốt giữa người dân địa phương và KDLST giúp phát huy tối đa khả năng sáng tạo của cả hai bên.

- Gia tăng tiềm năng sáng tạo:

Tiềm năng sáng tạo được gia tăng nhờ sự tham

gia tích cực vào các hoạt động sáng tạo. Việc tham gia một chuyến đi sáng tạo theo cách tương tự như người dân địa phương là cơ hội để du khách phát triển tiềm năng sáng tạo trong các hoạt động mang hương vị sáng tạo, đặc trưng cho lối sống địa phương, từ đó có thể tích cực hợp tác trong phát triển các ý tưởng đổi mới. Các công ty hoạt động trong lĩnh vực DLST phải tạo ra một môi trường đổi mới và cung cấp cho khách hàng các nguồn lực cần thiết để họ có thể tham gia vào các hoạt động sáng tạo trên tinh thần hợp tác.

- Phát triển bản sắc cá nhân

Bản sắc cá nhân được phát triển trong quá trình trải nghiệm học tập. Du lịch sáng tạo giới thiệu cho du khách những điều mới mẻ và phù hợp, cho phép họ phát triển bản thân. Khái niệm sáng tạo còn tích hợp việc phát triển kiến thức giúp tạo điều kiện cho việc tự nhận thức trong quá trình trải nghiệm. Trải nghiệm học tập phải phản ánh sở thích cá nhân của mỗi người, từ đó làm tăng mức độ động lực nội tại tìm hiểu về một chủ đề nhất định, đồng thời gia tăng tiềm năng học tập và tự phát triển bản thân.

3. Phương pháp nghiên cứu

Bối cảnh nghiên cứu

Hà Nội được lựa chọn là địa bàn nghiên cứu do tiềm năng sáng tạo của thành phố này. Tiềm năng sáng tạo của thành phố phát triển thông qua việc sử dụng các chiến lược khác nhau tạo điều kiện cho nền kinh tế sáng tạo phát triển. Hơn nữa, các thành phố sáng tạo tập trung vào sự phát triển của các ngành công nghiệp văn hóa khác nhau. Hà Nội là thành phố nổi bật về tất cả những điểm này. Đạt được danh hiệu Thành phố Thiết kế của UNESCO cho phép Hà Nội tham gia Mạng lưới Thành phố Sáng tạo, được quốc tế công nhận là thành phố văn hóa và sáng tạo với rất nhiều thành tựu. Lượng lớn dân cư sáng tạo tập hợp tại đây tạo ra một nền văn hóa đô thị sôi động của Hà Nội.

Phương pháp nghiên cứu

Bài báo sử dụng phương pháp định tính, cụ thể là phương pháp phỏng vấn bán cấu trúc, vì tính chất khám phá của nghiên cứu. Một mẫu nhỏ KDLST

với các đặc điểm nhân khẩu học xã hội khác nhau và các nhà quản lý du lịch trong các công ty khác nhau được lựa chọn nhằm thực sự hiểu được quan điểm của du khách về DLST và trải nghiệm trong bối cảnh thực tế.

4. Kết quả nghiên cứu

4.1. Trải nghiệm của KDLST tại Hà Nội

- Trải nghiệm mang tính Hà Nội

KDLST tìm kiếm những trải nghiệm độc đáo cho phép họ hòa nhập vào cuộc sống địa phương của một thành phố. Họ tạo mối liên kết với người dân địa phương và hướng dẫn viên du lịch với góc nhìn độc đáo về Hà Nội, càng gần gũi với cuộc sống địa phương càng tốt để sống một trải nghiệm tiêu biểu cho đời sống bình thường của người dân Hà Nội, điều này cho phép họ phát triển các kỹ năng cụ thể đối với văn hóa địa phương. Câu chuyện của những người được phỏng vấn đã chứng minh, cảm giác gần gũi với cuộc sống địa phương này đòi hỏi sự chủ động nhất định từ phía du khách, cũng như sự cởi mở từ phía những người quản lý dịch vụ du lịch. Ngoài ra, những du khách có nhu cầu đặc biệt này muốn trở thành một phần không thể thiếu trong bầu không khí địa phương và loại bỏ rào cản khiến họ khác biệt với người dân địa phương. Do vậy, họ ưa chuộng các phương tiện giao thông làm tăng cảm giác gần gũi với cộng đồng địa phương như đi xe đạp và đi bộ. Họ có thể thực sự tạo ra trải nghiệm du lịch của riêng mình để khám phá và hiểu đầy đủ điều gì làm nên sự khác biệt tại Hà Nội. Khi tham gia vào các hoạt động địa phương khác nhau để phát triển các kỹ năng đặc trưng cho văn hóa Hà Nội, khách du lịch cũng chia sẻ văn hóa của họ với người dân địa phương. Việc tương tác với cộng đồng địa phương trong nhiều hoạt động đã cho phép họ sống một cách cụ thể trải nghiệm sáng tạo ở Hà Nội. Nhìn chung, bằng cách đến gần hơn với mọi người và trở thành một phần không thể thiếu trong đời sống địa phương, KDLST có thể cảm thấy như họ thuộc về nơi đó, điều này rất cần thiết để đạt được các mục tiêu của DLST. Chính những yếu tố này sẽ trở thành di sản phi vật thể của sau này. Không phải

những địa điểm được vật chất hóa, như tượng đài hay địa điểm du lịch, cho phép họ phát triển trong suốt cuộc hành trình, mà là di sản phi vật thể đến từ cuộc sống đích thực của Hà Nội.

- Phát triển hành trình sáng tạo của cá nhân tại Hà Nội

Đến gần hơn với văn hóa địa phương bằng cách gặp gỡ những người có cùng sở thích là động lực mạnh mẽ để đưa các hoạt động văn hóa khác nhau vào hành trình DLST của một người. Cho dù khám phá nền âm nhạc, ẩm thực, cuộc sống về đêm hay các cộng đồng văn hóa khác nhau, mục tiêu của những cuộc gặp gỡ này tạo nên bản chất cốt lõi của DLST, nghĩa là cho phép khách du lịch được biến đổi bằng cách cung cấp cho họ những công cụ cần thiết để phát triển kiến thức và bí quyết đặc trưng cho văn hóa Hà Nội. Sự đa dạng của bối cảnh văn hóa Hà Nội cũng cho phép du khách cá nhân hóa hành trình của họ, sử dụng những trải nghiệm để phát triển hơn nữa hành trình DLST của mình. Việc tham gia tích cực vào các hoạt động tại địa phương, sẽ cho du khách cảm thấy họ là một phần không thể thiếu trong hoạt động mà họ đang tham gia, tạo ra sự trao đổi kiến thức giữa người dân địa phương và du khách, từ đó mang lại lợi ích cho cả hai bên.

- Chuyển đổi bản sắc cá nhân bắt nguồn từ trải nghiệm tại Hà Nội

Đạt được chuyển đổi bản sắc cá nhân sau một hành trình sáng tạo đòi hỏi động lực cá nhân ở mức độ rất cao. Do đó, chỉ bằng cách tham gia rất tích cực vào các hoạt động du lịch, cá nhân mới có thể thực sự phát triển và đạt được mục tiêu DLST của mình. Gặp gỡ những người có chung sở thích ở một nơi, có thể trao đổi lẫn nhau, sẽ giúp một người hòa nhập vào một cộng đồng văn hóa, điều này tạo điều kiện thuận lợi cho du khách có thể làm phong phú thêm các dự án sáng tạo của họ, phát triển kiến thức và học hỏi các bí quyết địa phương cần thiết để có thể chuyển đổi bản sắc cá nhân từ trải nghiệm sáng tạo của mình ở Hà Nội. Sự tương hỗ này cho phép họ để lại dấu ấn của mình trong môi trường mà họ ghé thăm, sau đó mang một phần dự án đó trở lại môi trường hàng ngày của chính họ.

4.2. Một số khuyến nghị nhằm tăng cường trải nghiệm của KDLST tại Hà Nội

a. Mở rộng khu vực văn hóa

Việc tập trung các sự kiện văn hóa ở các khu vực trung tâm của Hà Nội làm giảm sự hài lòng của du khách. Do đó, cần mở rộng các sự kiện văn hóa và sáng tạo bên ngoài các khu vực trung tâm của Hà Nội để KDLST có thể thăm các khu vực văn hóa, khác với những khu vực thu hút du khách truyền thống, nâng cao chất lượng trải nghiệm sáng tạo.

b. Ứng dụng các phần mềm thực tế ảo để quảng bá cho các doanh nghiệp sáng tạo

Các ứng dụng công nghệ thực tế ảo cung cấp cho KDLST những gợi ý về địa điểm tham quan trong thời gian lưu trú của họ, giúp họ lên kế hoạch hành trình dễ dàng hơn, đồng thời có thể quảng bá các doanh nghiệp địa phương, thường không được biết đến vì là những công ty rất nhỏ, ngân sách quảng cáo rất hạn chế đã ngăn cản họ tạo dựng tên tuổi của mình với công chúng nước ngoài.

c. Hình thành một cộng đồng sáng tạo

Để tăng cảm giác thân thuộc với Hà Nội trong thời gian lưu trú, KDLST phải tiếp xúc với người dân Hà Nội và tạo ra những mối liên kết cho phép họ thực sự hòa nhập với thế giới địa phương. Phát triển mạng lưới DLST ở Hà Nội sẽ tạo ra một cộng đồng sáng tạo có thể liên lạc ảo, sau đó gặp nhau trong các sự kiện và hoạt động thực tế; đẩy nhanh mối quan hệ giữa cộng đồng sáng tạo trong và ngoài nước và làm tăng giá trị của trải nghiệm DLST ở Hà Nội.

5. Kết luận

Dựa trên những nội dung của trải nghiệm của KDLST, bài báo đã cho thấy KDLST tại Hà Nội có trải nghiệm mang tính địa phương đa dạng, giúp gia tăng tiềm năng sáng tạo và phát triển bản sắc cá nhân của mình trong các chuyến du lịch được cá nhân hóa. Bài báo cũng đưa ra một số khuyến nghị giúp tăng cường trải nghiệm của KDLST như mở rộng khu vực văn hóa, ứng dụng công nghệ thực tế ảo và hình thành cộng đồng sáng tạo để góp phần phát triển loại hình DLST tại Hà Nội ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

- Sở Văn hóa và Thể thao Hà Nội (2023). “Định vị thương hiệu Thành phố sáng tạo Hà Nội”, truy cập tại <https://sovhth.hanoi.gov.vn/dinh-vi-thuong-hieu-thanh-pho-sang-tao-ha-noi/>
- Lê Thị Kim Chi (2024). “Phát triển du lịch sáng tạo tại Hà Nội”, Tạp chí Khoa học và Công nghệ, số 43.
- Sở Văn hóa và Thể thao Hà Nội (2025). HanoiCreativeCity, truy cập tại <https://www.hanoicreativecity.com/>
- Hospers Gert-Jan và Van Dalm, Roy (2005). “How to create a creative city : the viewpoints of Richard Florida and Jane Jacob”, Foresight, vol. 7, no. 2.
- Richards, Greg (2012). “Tourism in the Age of Creative Tourism”, paper presented at the 2nd International Conference on Creative Tourism, Paris, December 6, Hôtel de Ville de Paris.
- Richards, Greg et Raymond, Crispin (2000). “Creative Tourism”, ATLAS News, no. 23.
- Tan, Siow-Kian, Kung, Shiann-Far et Luh, Ding-Bang (2014). “A taxonomy of creative tourists in creative tourism”, Annals of Tourism Research, vol. 42.

Ngày nhận bài: 9/1/2025

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 23/1/2025

Ngày chấp nhận đăng bài: 10/2/2025

THE EXPERIENCES OF CREATIVE TOURISTS IN HANOI

● **LE THI KIM CHI**

Faculty of Tourism and Hospitality,
University of Economics - Technology for Industries

ABSTRACT:

This study explores the experiences of creative tourists in Hanoi through semi-structured interviews with both tourists and creative tourism service providers. The findings reveal that creative tourism activities offer visitors a wide range of local experiences, fostering greater creative potential and supporting personal identity development. Based on these insights, the study proposes several recommendations aimed at enhancing the experiences of creative tourists and promoting the sustainable growth of creative tourism in Hanoi.

Keywords: creative tourism, tourists, experience, Hanoi.