

ĐÁNH GIÁ SỰ HẤP DẪN CỦA DU LỊCH GIÁO DỤC VĂN HÓA - TRƯỜNG HỢP CHƯƠNG TRÌNH DU LỊCH GIÁO DỤC TRẢI NGHIỆM NGHỀ KIM HOÀN TẠI THỪA THIÊN HUẾ

● CHÂU THỊ MINH NGỌC¹ - ĐOÀN THỊ BẢO TRÂM¹

¹Trường Du lịch - Đại học Huế

TÓM TẮT:

Nghiên cứu này tập trung đánh giá sự hấp dẫn của chương trình du lịch giáo dục văn hóa dựa trên nghề truyền thống kim hoàn tại Thừa Thiên Huế thông qua phương pháp phỏng vấn hai đối tượng doanh nghiệp và khách tham dự. Đồng thời tìm ra được một số yếu tố ảnh hưởng đến chương trình du lịch giáo dục văn hóa như: tài liệu du lịch, điểm tham quan du lịch, hoạt động du lịch, chủ đề chương trình du lịch, khả năng tiếp cận, dịch vụ thuyết minh.

Từ khóa: du lịch giáo dục, du lịch giáo dục văn hoá, sự hấp dẫn du lịch, chương trình du lịch.

1. Đặt vấn đề

Du lịch giáo dục (DLGD) được cấu thành bởi 2 yếu tố giáo dục và du lịch (Abubakar, 2014). Sự kết hợp giữa học tập và du lịch mang lại giá trị nâng cao hiểu biết văn hóa, lịch sử, tự nhiên và các lĩnh vực khác nhau của đời sống kinh tế - xã hội, cũng như tăng cường các kỹ năng cho du khách. Thực tế, DLGD là loại hình du lịch theo chủ đề (Živković và cộng sự, 2022), mang tính đặc thù, kết hợp nền tảng của nhiều loại hình du lịch khác nhau để xây dựng nên nội dung, chủ đề giáo dục như du lịch văn hóa - lịch sử, nông nghiệp, sinh

thái, cộng đồng,... Trong thời đại hiện nay, các điểm tham quan du lịch đang trải qua những cải tiến và đổi mới để không đơn điệu nhằm hấp dẫn hơn đối với du khách (Rumadi và cộng sự, 2023).

Thừa Thiên Huế là một tỉnh có nghề, làng nghề cao nhất cả nước, toàn tỉnh có 86 làng nghề và 57 nghề truyền thống với đội ngũ nghệ nhân, thợ thủ công lành nghề. Tỉnh luôn khuyến khích các doanh nghiệp lựa chọn thiết kế các chương trình du lịch (CTDL) mới lạ, độc đáo, gia tăng trải nghiệm thú vị nhằm thu hút ngày càng nhiều du khách. Tuy nhiên, sự hấp dẫn của CTDL DLGD luôn là

vấn đề mà các doanh nghiệp, tổ chức dịch vụ luôn quan tâm nhằm thỏa mãn các mục tiêu song hành giáo dục - giải trí cho đối tượng người tham dự.

CTDL giáo dục trải nghiệm nghề chế tác kim hoàn tại Làng Kề Môn Thừa Thiên Huế là một sản phẩm thử nghiệm của Doanh nghiệp EA[1]. Hiện tại, doanh nghiệp đang thử nghiệm và đưa vào thực hiện các CTDL DLGD lồng ghép việc giới thiệu và trải nghiệm các nghề thủ công truyền thống của địa phương cho trẻ em, kết hợp tăng cường khả năng ghi nhớ từ vựng và các kỹ năng giao tiếp, thực hành ngoại ngữ. Mục tiêu của nghiên cứu này nhằm đánh giá sự hấp dẫn và tìm ra các yếu tố ảnh hưởng đến sự hấp dẫn của một CTDL giáo dục văn hoá qua quan điểm đánh giá hai chiều của doanh nghiệp và khách tham dự.

2. Cơ sở lý thuyết

2.1. Khái quát về du lịch giáo dục

Về bản chất, DLGD là một loại hình du lịch kết hợp hài hòa giữa hai lĩnh vực giáo dục và du lịch (Shwayait, 2017). Một cách khái quát, DLGD là loại hình du lịch kết hợp giữa việc khám phá và học tập nhằm nâng cao kiến thức, kỹ năng cho người tham dự thông qua các hoạt động trải nghiệm tại điểm đến. Theo Pitman và cộng sự (2010), DLGD có 3 đặc điểm chính: (1) Có mục đích tập trung vào việc học tập; (2) ứng dụng thực tế vào quá trình giáo dục; (3) Chương trình giáo dục có cấu trúc đặc biệt.

DLGD tổ chức các CTDL liên quan đến các hoạt động học tập tại một điểm đến du lịch, bao gồm các hoạt động học thuật, đào tạo nghề và trải nghiệm văn hóa ở các địa điểm khác nhau (Holdnak và Holland, 1996), mang tính trải nghiệm thuộc chương trình đào tạo của các cơ sở giáo dục (Stone và Petrick, 2013). Như vậy, DLGD được nhận biết bởi các hoạt động mang tính học tập, giàu trải nghiệm cho khách tham dự, được diễn ra tại điểm đến hoặc điểm du lịch.

DLGD thu hút đối tượng khách quốc tế (Rodger, 1998), nhóm người học di chuyển đến các địa điểm cụ thể để tham gia trực tiếp vào các hoạt động học tập có liên quan đến nơi đến (Bodger, 1998). Trong đó, học sinh, học viên của

các cơ sở đào tạo là đối tượng khách hàng quan trọng (Stone và Petrick, 2013) và cả các đối tượng khách du lịch không thuộc các cơ sở đào tạo (See và Wong, 2024). Các tổng hợp trên cho thấy tiềm năng rộng lớn và sự đa dạng của thị trường khách du lịch giáo dục, đặt ra những vấn đề về tính linh hoạt trong việc thiết kế các phiên bản khác nhau cho CTDL giáo dục.

2.2. Du lịch giáo dục văn hóa - một phân nhánh của du lịch giáo dục

DLGD văn hóa là một hình thức du lịch kết hợp giữa việc học tập và khám phá văn hóa tại các điểm đến. Thông qua việc tham quan các di sản văn hóa, du khách không chỉ học hỏi về quá khứ mà còn phát triển khả năng phản biện, nhận thức về mối quan hệ giữa văn hóa và sự phát triển kinh tế xã hội hiện đại (Ritchie và Crouch, 2003), đóng vai trò quan trọng trong việc phát triển kỹ năng tư duy toàn cầu (Richards, 2011).

DLGD văn hóa cũng có tác động tích cực đến cộng đồng địa phương. Việc du khách tham gia vào các hoạt động giáo dục văn hóa có thể tạo điều kiện cho cộng đồng địa phương bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa của mình, đồng thời tạo ra cơ hội kinh tế thông qua các dịch vụ và sản phẩm du lịch (Smith, 2009). Ngoài ra, theo UNWTO (2018), DLGD văn hóa còn góp phần bảo tồn các giá trị di sản thông qua việc nâng cao nhận thức của du khách về tầm quan trọng của bảo tồn và phát triển bền vững.

2.3. Sự hấp dẫn của chương trình du lịch

Đánh giá sự hấp dẫn của CTDL là tiêu chí quan trọng trong việc đánh giá chất lượng chương trình du lịch. Theo Romadi và cộng sự (2023), một số yếu tố được cho là ảnh hưởng đến sự hấp dẫn của DLGD nông nghiệp - một phân nhánh của DLGD - được đưa vào xem xét bao gồm: tài liệu du lịch (travel materials), khả năng tiếp cận (accessibility), cơ sở vật chất và cơ sở hạ tầng (acilities and infrastructure), dịch vụ (service), chất lượng sản phẩm (product quality), điểm tham quan du lịch (tourist attraction), các hoạt động du lịch (tourism activities), mô hình du lịch (travel concept).

- *Tài liệu du lịch*: Theo Romadi và cộng sự (2023), tài liệu du lịch càng tốt và được cung cấp nhiều hiểu biết cho du khách thì CTDL hoặc điểm tham quan du lịch càng hấp dẫn. Nội dung các tài liệu du lịch hữu ích cả về mặt giáo dục và cá nhân có thể tăng sự quan tâm của du khách một cách thường xuyên và bền vững (Mauludin (2017).

- *Khả năng tiếp cận*: Theo Mulyati và Masruri (2019), khi khả năng tiếp cận các điểm du lịch dễ dàng, du khách sẽ thấy dễ dàng đến địa điểm mà không cần suy nghĩ lâu.

- *Cơ sở vật chất và cơ sở hạ tầng*: Cơ sở vật chất và cơ sở hạ tầng có sự hoàn thiện tốt thì du khách sẽ hài lòng và quay trở lại, vì vậy yếu tố này hấp dẫn để du khách quay trở lại tham gia vào CTDL (Khuong và Nguyen, 2017).

- *Dịch vụ*: Các dịch vụ được thực hiện và triển khai đúng cách là yếu tố quyết định sự thành công của một điểm du lịch vì nó mang lại sự hài lòng cho du khách. (Wiratini và cộng sự (2018); Widiyanto (2015).

- *Chất lượng sản phẩm*: chất lượng sản phẩm tại các điểm tham quan du lịch có tác động thuận chiều đến sự hài lòng của du khách, khiến du khách quan tâm hơn đến các địa điểm du lịch trong chương trình du lịch.

- *Điểm tham quan du lịch*: Các điểm tham quan du lịch có thể mang lại cảm giác thích thú vì vẻ đẹp của nó và làm tăng sự hấp dẫn du khách (Soleh, 2017).

- *Hoạt động du lịch*: Dyana, Sasrawan Mananda và Leli Kusuma Dewi (2015) cho rằng các hoạt động du lịch trong phạm vi các điểm tham quan du lịch linh hoạt và có ý nghĩa có thể ảnh hưởng đến cường độ du khách đến tham quan.

- *Mô hình du lịch*: mô hình du lịch càng phức hợp nhiều yếu tố như chủ đề CTDL, các dịch vụ, giải trí, thư giãn, trải nghiệm, tiếp cận người dân địa phương càng hấp dẫn khách du lịch (Ananda và Koswara, 2018).

Các yếu tố trên cũng là các yếu tố nền tảng của chương trình du lịch. Vì vậy trong đánh giá sự hấp dẫn của chương trình du lịch, việc xem xét các yếu tố này sẽ giúp các doanh nghiệp hiểu rõ hơn về các khía cạnh khác nhau ảnh hưởng đến chương trình du lịch.

3. Giới thiệu về chương trình du lịch trải nghiệm nghề kim hoàn tại Thừa Thiên Huế

3.1. Chủ đề của chương trình du lịch

Chủ đề “Em tập làm thợ kim hoàn”. Đối tượng khách trẻ em từ 9 - 11 tuổi. Bao gồm:

- *Không gian*: Lăng tẩm, nhà thờ tổ nghề kim hoàn Việt Nam và không gian trưng bày, sáng tạo trang sức kim hoàn tại Tịnh Tâm Kim Cổ.

- *Hoạt động*: Giới thiệu nghề kim hoàn và từ vựng chủ đề nghề kim hoàn; Đến khu lăng mộ tổ nghề kim hoàn Việt Nam nằm ở phường Trường An; Thăm nhà thờ kim hoàn ở khu Số 7, đường Chùa Ông; Tham quan sản phẩm trưng bày, xem các nghệ nhân làm các công đoạn chế tạo trang sức, học tiếng Anh chủ đề kim hoàn qua các phiếu hình ảnh từ vựng ở Tịnh Tâm Kim Cổ.

- *Bài học*: Học từ vựng tiếng Anh thuộc nhóm chủ đề kim hoàn; Tăng kỹ năng thuyết trình; Học hỏi môi trường làm việc đòi hỏi sự kiên nhẫn, tỉ mỉ và cẩn trọng cao.

3.2. Mục đích của chương trình du lịch

Mục đích của CTDL giáo dục trải nghiệm nghề kim hoàn tại Thừa Thiên Huế:

- Tăng cường hiểu biết, giáo dục thế hệ trẻ về việc gìn giữ, phát huy giá trị văn hóa, lịch sử nghề truyền thống kim hoàn Thừa Thiên Huế;

- Tăng cường từ vựng tiếng Anh, thực hành giao tiếp, thuyết trình bằng tiếng Anh theo chủ đề nghề truyền thống kim hoàn;

3.3. Giá trị các điểm tham quan chính

- Lăng mộ hai ông tổ nghề kim hoàn là Cao Đình Độ và Cao Đình Hương được những người thợ kim hoàn lập nên để nhớ ơn công lao của hai ông trong việc truyền bá nghề này trên vùng đất Huế và ba miền đất nước.

- Nhà thờ kim hoàn: Là nơi thờ hai vị tổ sư và là nơi sinh hoạt truyền thống của những người thợ kim hoàn tại Thừa Thiên Huế và những môn đồ làm ăn phát đạt nơi xa trở về.

- Tịnh Tâm Kim Cổ có kiến trúc nhà rường Huế, là nơi trưng bày, giới thiệu hiện vật và sản phẩm của nghề kim hoàn Kế Môn - nghề kim hoàn truyền thống ở Huế, nơi trình diễn các công đoạn chế tác kim hoàn.

4. Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu đánh giá sự hấp dẫn của CTDL giáo dục văn hóa thông qua ý kiến của người trực tiếp tham dự, được tiếp cận từ hai phía doanh nghiệp và khách tham dự. CTDL giáo dục trải nghiệm nghề kim hoàn là một sản phẩm mới thử nghiệm, nên việc đánh giá sự hấp dẫn là một hoạt động nghiên cứu mang tính thăm dò nhằm thu nhận được các nhận xét, góp ý đa chiều của người tham dự. Vì vậy, phương pháp nghiên cứu định tính là phù hợp, thông qua phỏng vấn bán cấu trúc, quan sát tại chỗ.

Phương pháp quan sát tại chỗ được thực hiện để hiểu rõ về các yếu tố trong CTDL như tình hình các điểm du lịch, các hoạt động trong chương trình, hành vi của người dân địa phương tại các điểm du lịch, kinh nghiệm của người tham dự v.v.

Phương pháp phỏng vấn bán cấu trúc phù hợp nhất để làm sáng tỏ cảm xúc và đánh giá của những người có liên quan. Đối tượng được phỏng vấn là những người tham dự vào CTDL thử nghiệm về trải nghiệm nghề kim hoàn. Trong đó, thứ nhất là Nhóm doanh nghiệp bao gồm 4 đáp viên bao gồm 1 quản lý chương trình (mã hóa QL) và 3 hướng dẫn viên của chương trình (mã hóa HDV). Đây là những người hiểu rõ chương trình, thông qua hoạt động trải nghiệm trực tiếp thực tế chương trình, họ sẽ có các đánh giá đặt trong sự so sánh với kỳ vọng đặt ra với chương trình thiết kế. Nhóm doanh nghiệp gồm Thứ hai là Nhóm khách tham dự (mã hóa ĐV) bao gồm 5 trẻ em từ 9 - 11 tuổi tham dự vào chương trình du lịch, đối tượng khách mà CTDL này sẽ hướng đến.

Câu hỏi phỏng vấn tập trung làm sáng tỏ một số vấn đề chính : (1) Mức độ hấp dẫn, (2) Các yếu tố tạo ra sự hấp dẫn trong chương trình du lịch, (3) Các yếu tố hạn chế sự hấp dẫn của chương trình. Nhằm đạt được các dữ liệu quan trọng từ đối tượng phỏng vấn, bên cạnh các câu hỏi đã chuẩn bị, các câu hỏi bổ sung được đặt ra dựa trên thực tế phỏng vấn trực tiếp.

Các cuộc phỏng vấn kéo dài từ 45 đến 60 phút. Tất cả những người được phỏng vấn đều đồng ý bằng lời nói để tham gia vào các cuộc phỏng vấn, chấp nhận ghi âm. Người trả lời được ẩn danh và

mã hóa, tự do trả lời hoặc rút khỏi cuộc phỏng vấn bất kỳ lúc nào. Các tài liệu ghi âm được ghi chép. Các bản ghi chép được phân tích thủ công, tập trung vào mã hóa và diễn giải ý nghĩa của văn bản (Kvale, 2007). Tác giả so sánh các văn bản với nhau để tìm ra các từ, cụm từ hoặc cách diễn đạt làm bộc lộ các trải nghiệm và đánh giá của người được phỏng vấn.

4. Kết quả

4.1. Mức độ hấp dẫn

Theo quản lý doanh nghiệp, CTDL được xây dựng dựa trên việc giới thiệu và cung cấp kiến thức về văn hoá lịch sử về nghề Kim hoàn kết hợp học tiếng anh nên khá độc đáo, vì đây là chủ đề chưa được khai thác phổ biến trong du lịch Huế (QL). Tuy nhiên, do chủ đề còn mới mẻ, nhiều nội dung mang chiều sâu kiến thức về văn hóa , lịch sử phức tạp nên chưa thực sự tạo sự hấp dẫn cao cho khách hàng là đối tượng đối tượng khách trẻ em. Các hướng dẫn viên cũng nhận thấy được CTDL trải nghiệm kim hoàn “có tính mới chưa từng được bất kì đơn vị du lịch hay lữ hành nào tổ chức trước đây” (HDV1), “thú vị và độc đáo” (HDV3), “đánh giá cao về tính hấp dẫn” (HDV2).

Từ góc độ du khách tham dự, khi được hỏi về sự hấp dẫn của chương trình tour, các đáp viên đánh giá “rất thích” (ĐV1), “thích” (ĐV3,4), “rất vui” (ĐV2), “khá thú vị” (ĐV5). Với các từ diễn đạt về sự yêu thích và cảm thấy thú vị, chứng tỏ chương trình CTDL hấp dẫn đối với khách tham dự.

Như vậy, nhìn chung có sự đồng nhất trong đánh giá từ phía doanh nghiệp và khách tham dự là nhận thấy sự hấp dẫn của CTDL trải nghiệm nghề kim hoàn. Tuy nhiên, theo đánh giá của doanh nghiệp, chương trình CTDL chưa tạo ra được sự hấp dẫn như kỳ vọng.

4.2. Các yếu tố tạo ra sự hấp dẫn của chương trình du lịch trải nghiệm nghề kim hoàn

Theo doanh nghiệp, yếu tố tạo ra sự hấp dẫn của CTDL nhờ vào chủ đề của CTDL tìm hiểu về nghề kim hoàn của CTDL mới lạ (QL, HDV1), độc đáo (QL, HDV3), thú vị (HDV3), chưa phổ biến (HDV2). Các đáp viên đến từ doanh nghiệp

còn nhận định, sự hấp dẫn của CTDL được tạo ra do có sự kết hợp giữa hoạt động học tập về lịch sử, thực hành tiếng Anh trong môi trường thực tế theo chủ đề, với các hoạt động về tham quan, vui chơi, giải trí (HDV1, HDV2, HDV3).

Ngoài ra, CTDL du lịch này còn được đánh giá hấp dẫn do có yếu tố trải nghiệm xem trực tiếp các công đoạn làm trang sức của một thợ kim hoàn sau khi nghe thuyết minh giới thiệu về nghề (HDV2, 3). Việc giới thiệu ban đầu tạo ra sự tò mò nên khi được xem trực tiếp các nghệ nhân thực hiện thì người tham dự sẽ cảm thấy thích thú. Bên cạnh đó, việc chuẩn bị các tấm thẻ từ vựng tiếng Anh về nghề kim hoàn, đồng thời sử dụng các bảng nội dung tại điểm và khuyến khích khách tham dự CTDL thuyết trình về điểm tham quan, giúp cho họ có thể tiếp cận thông tin dựa trên các tài liệu du lịch được chuẩn bị và sẵn có.

Đối với các du khách tham dự, 4/5 đáp viên nhận thấy chủ đề tìm hiểu nghề kim hoàn thú vị (ĐV1, 3, 4, 5). Cả 5 đáp viên đều thấy hứng thú với việc học và thực hành tiếng Anh kết hợp với vui chơi, tham quan theo chủ đề thực tế. 4/5 đáp viên thấy “thích”, “thú vị” khi xem người thợ kim hoàn chế tác (ĐV1, 2, 4, 5).

Doanh nghiệp và các đối tượng khách tham dự đều đánh giá cao về giá trị văn hóa, giáo dục truyền thống của các điểm tham quan trong CTDL. Địa điểm lịch sử đảm bảo cơ sở vật chất với không gian rộng rãi, sạch sẽ, an toàn và đáp ứng các nhu cầu thiết yếu, vị trí địa lý thuận tiện, dễ di chuyển và các điểm nằm trong các tuyến đường gần nhau.

Nhóm du khách tham dự CTDL còn nhất quán rằng, người thuyết minh viên tại điểm tham quan là người rất am hiểu về giá trị văn hóa - lịch sử của nghề kim hoàn, có lối dẫn dắt câu chuyện hay làm cho nội dung thuyết minh rất thú vị và tạo sự tò mò cho người nghe. Từ phía doanh nghiệp cho biết thêm thông tin, người thuyết minh được lựa chọn trong CTDL là người thuộc làng nghề Kế Môn thuộc gia đình nghệ nhân có nghề kim hoàn truyền thống, cũng là người làm lâu năm trong lĩnh vực này. Thuyết minh viên quyết định chất lượng của dịch vụ thuyết minh tại điểm.

Như vậy nhìn chung, theo người tham dự CTDL (bao gồm phía doanh nghiệp và du khách tham dự), hoạt động trong CTDL càng thú vị, càng phong phú, mang tính trải nghiệm cao, có tính liên kết, các điểm tham quan được chọn lọc có giá trị văn hóa và dễ tiếp cận thì làm cho CTDL DLGD văn hóa càng thú vị, tăng tính hấp dẫn du khách. Đặc biệt, trong DLGD văn hóa, tài liệu du lịch và người thuyết minh tại các điểm là rất quan trọng. Trong đó, tài liệu du lịch phục vụ học tập cần được chuẩn bị và sử dụng linh hoạt. Bản thân người thuyết minh viên tại điểm cần nắm rõ kiến thức và có khả năng truyền đạt nhằm tạo ra sự hứng thú cho người nghe và giúp CTDL du lịch đạt các mục tiêu về giáo dục.

4.3. Các yếu tố hạn chế sự hấp dẫn của chương trình du lịch trải nghiệm nghề kim hoàn

Khi được hỏi về các yếu tố hạn chế sự hấp dẫn của chương trình, phía doanh nghiệp cho rằng qua quá trình quan sát nhận thấy một số điểm sau:

- Thời lượng chương trình khá ngắn, chưa truyền tải hết nội dung và thông điệp giáo dục về giá trị văn hóa làng nghề kim hoàn cho đối tượng trẻ em (HDV1, 3, 4).

- Điểm tham quan khu lăng mộ tổ nghề kim hoàn Việt Nam, mặc dù có điều kiện cơ sở vật chất tốt, tuy nhiên khu vực này không thu hút sự quan tâm của đối tượng khách trẻ em tham dự trong tour;

Đối tượng khách tham dự là trẻ em khi được hỏi cũng đưa ra nhận định mặc dù có nhiều trải nghiệm thú vị, nhưng “chương trình khá ngắn (ĐV1, 2, 4, 5), kỳ vọng chương trình dài hơn, có thể diễn ra trong một ngày. Bên cạnh đó, khách tham dự còn cho rằng, việc không có hàng lưu niệm sau khi kết thúc CTDL này cũng là điều tạo ra cho họ sự thất vọng. Điều này được họ so sánh với các CTDL ở các làng nghề khác như làng hoa giấy Thanh Tiên, mây tre đan Bao La.

5. Kết luận

Việc đánh giá sự hấp dẫn CTDL trải nghiệm nghề kim hoàn tại Thừa Thiên Huế đã giúp doanh nghiệp nhìn nhận được mức độ hấp dẫn của CTDL đối với khách tham dự. Tìm ra được một số điểm

tích cực và hạn chế có ảnh hưởng đến sự hấp dẫn của CTDL du lịch. Đồng thời, qua phân tích các ý kiến của các đối tượng được phỏng vấn, đã giúp khẳng định có sự tương đồng trong phát hiện một số yếu tố ảnh hưởng đến sự hấp dẫn của các CTDL giáo dục với nghiên cứu của Romadi và cộng sự (2023) như: tài liệu du lịch, chủ đề của CTDL (thuộc mô hình du lịch), cơ sở vật chất và cơ sở hạ tầng, các điểm tham quan, tính dễ tiếp cận, dịch vụ. Tuy nhiên trong nghiên cứu này, các hoạt động tham quan, trải nghiệm thực tế, học tập và sự kết hợp giữa chúng theo các đáp viên là một trong

những yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến sự hấp dẫn của chương trình du lịch. Đây là điểm khác biệt của nghiên cứu này so với nghiên cứu của Romadi và cộng sự (2023), điều này có thể xuất phát từ sự khác nhau giữa 2 phân nhánh DLGD văn hoá và DLGD nông nghiệp (thuộc nghiên cứu của Romadi và cộng sự 2023).

Nghiên cứu này còn chỉ ra trong các CTDL giáo dục văn hóa, tài liệu du lịch và dịch vụ thuyết minh tại các điểm du lịch văn hóa rất quan trọng ảnh hưởng lớn đến sự hứng thú của khách tham dự và việc đạt được các mục tiêu học tập■

TÀI LIỆU TRÍCH DẪN:

[1]Tên của doanh nghiệp đã được thay đổi theo yêu cầu của doanh nghiệp.

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

- AbuBakar, (2014). Educational tourism: A strategy to sustainable tourism development in sub-Saharan Africa. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 144, 223- 229.
- Ananda, F. A. & Koswara, A. Y. (2018). Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Integrasi Daya Tarik Wisata (DTW) di Kawasan Wisata Bulak Surabaya. *Jurnal Teknik ITS*, 7(2), 95–9, DOI:10.12962/j23373539.v7i2.34253.
- Dyana Prawerti, I. A., Sasrawan Mananda, I. G. & Leli Kusuma Dewi, L. G. (2015). Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Penurunan Intensitas Kunjungan Wisatawan Di Daya Tarik Wisata Candidasa, Kabupaten Karangasem, Bali. *Jurnal IPTA*, 3(2), 13-8, DOI:10.24843/ipta.2015.v03.i02.p03.
- Kabupaten Badung, *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 1, 279-308, DOI:10.24843/eeb.2018.v07.i01.p10.
- Kvale S (2007). *Doing Interviews. The SAGE Qualitative Research Kit*. London: SAGE Publications, Vol. 2.
- Khuong, M. N. & Nguyen, P. A. (2017). Factors Affecting Tourist Destination Satisfaction and Return Intention – A Study in Ho Chi Minh City, Vietnam. *Journal of Economics, Business and Management*, 5(2), 95–102, DOI:10.18178/joebm.2017.5.2.493.
- Mauludin, R. (2017). Pengaruh Atraksi Wisata Terhadap Minat Berkunjung Wisatawan Ke Daya Tarik Wisata Waduk Darma Kabupaten Kuningan, *Jurnal Manajemen Resort Dan Leisure*, 14(2), 57–68.
- Mulyati, Y., & Masruri. (2019). Analisis Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Keputusan Berkunjung Wisatawan Domestik Ditinjau dari Perspektif Daya Tarik Destinasi Wisata Kota Bukittinggi, *MENARA Ilmu LPPM UMSB*, XIII(1), 190–205.
- Pitman T, Broomhall S, Mcewan J, Majocha E. (2010). Adult learning in educational tourism. *Australian Journal of Adult Learning*. 50(2).
- Richards, G. (2011). *Cultural Tourism: Global and Local Perspectives*. Routledge.
- Ritchie, J. R. B., & Crouch, G. I. (2003). *The Competitive Destination: A Sustainable Tourism Perspective*. CABI Publishing.
- Romadi, U., Yana, H., Yastutik, Y. & Rohman, M.F. (2023). Factors Affecting the Attraction of Visitors from the Agricultural Education CTDL in the Tani Belimbing Group, Artha Mandiri, Tulungagung District, Indonesian Country.

- Anuário do Instituto de Geociências, 46:56199. https://doi.org/10.11137/1982-3908_2023_46_56199
- See, HP., Wong, TC. (2024). Edutourism in the Asia Pacific: Its Emerging Trends and Specific Features. In: Wong, TC., See, HP., Milligan, M. (eds) Cultural Tourism in the Asia Pacific. Springer, Cham.
- Smith, M. K. (2009). Issues in Cultural Tourism Studies. United Kingdom: Routledge.
- Soleh, H. 2017, Faktor-faktor yang Mempengaruhi Daya Tarik Wisata Air Terjun Aek Mertua di Desa Tangun Kecamatan Bangun Purba Kabupaten Rokan Hulu Provinsi Riau. Jom FISIP, 4(1), 1–12.
- UNWTO. (2018). Tourism and Culture Synergies. World Tourism Organization.
- Widiyanto, I. (2015). Antecedent Minat Berkunjung Ulang (Studi pada Cagar Budaya Bedung Lawang Sewu Semarang). Diponegoro Journal of Management, 4(2), 1- 9.
- Wiratini M, N. N. A., Setiawan, N. D., & Yuliarmi, N. N. 2(018). Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Niat Kunjungan Kembali Wisatawan Pada Daya Tarik Wisata Di Kabupaten Badung. E-Jurnal Ekonomi dan Bisnis Universitas Udayana, DOI: <http://dx.doi.org/10.24843/EEB.2018.v07.i01.p10>.

Ngày nhận bài: 10/2/2025

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 24/2/2025

Ngày chấp nhận đăng bài: 14/3/2025

ASSESSING THE ATTRACTIVENESS OF CULTURAL EDUCATIONAL TOURISM TOURS: A CASE STUDY OF EXPERIENTIAL EDUCATIONAL TOURISM PROGRAM IN THE GOLDSMITHING CRAFT IN THUA THIEN HUE

● **CHAU THI MINH NGOC¹**

● **DOAN THI BAO TRAM¹**

¹School of Hospitality - Hue University

ABSTRACT:

This study evaluates the attractiveness of cultural educational tourism programs through an experiential jewelry craft tourism initiative in Thua Thien Hue. Using qualitative interviews with both tourism enterprises and participating visitors, the research identifies key factors influencing the appeal of cultural educational tourism. These include the quality of tourism materials, sightseeing locations, tourism activities, thematic design of the program, accessibility, and interpretive services. The findings provide insights for improving the design and implementation of educational tourism experiences that highlight traditional crafts and promote cultural sustainability

Keywords: cultural educational tourism, tourism attractiveness, tourism program