

TIỀM NĂNG CỦA LÀNG GỖM BÀU TRÚC VÀ CHĂM MỸ NGHIỆP TRONG VIỆC PHÁT TRIỂN DU LỊCH SÁNG TẠO

● PHAN MINH CHÂU

TÓM TẮT:

Bài viết cung cấp cái nhìn tổng hợp để tạo ra du lịch sáng tạo tại 2 làng nghề nổi tiếng của Ninh Thuận: làng gốm Bàu Trúc và làng Chăm Mỹ Nghiệp, nhằm cung cấp gợi ý các hoạt động sáng tạo cốt lõi mang tính thực tiễn nhằm phát triển du lịch sáng tạo. Khung lý thuyết đưa ra các hoạt động sáng tạo cốt lõi mang tính thực tiễn nhằm phát triển du lịch sáng tạo tại hai làng nghề truyền thống tại Ninh Thuận, được xây dựng trên cơ sở nghiên cứu khảo sát thực địa, phỏng vấn sâu các bên liên quan và phỏng vấn du khách. Mục đích của nghiên cứu nhằm xây dựng nền tảng lý thuyết và mô hình thực tế, từ đó gợi ý hàm ý chính sách phát triển du lịch sáng tạo tại các làng nghề.

Từ khóa: du lịch sáng tạo, làng nghề, tiềm năng, làng gốm Bàu Trúc và Chăm Mỹ Nghiệp, phát triển du lịch, du lịch, du khách.

1. Đặt vấn đề

Du lịch sáng tạo lần đầu tiên được Richards và Raymond định nghĩa là: du lịch mang đến cho du khách cơ hội phát triển tiềm năng sáng tạo của họ thông qua việc tham gia tích cực vào các khóa học và học hỏi kinh nghiệm đặc trưng của điểm đến trong kỳ nghỉ của họ (Richard, 2007, 2009). Du lịch sáng tạo là một hình thức du lịch văn hóa dẫn đến sự thỏa mãn và đáp ứng các nhu cầu ở mức độ tự hoàn thiện cao hơn và trọng tâm chính của nó là phát triển các kỹ năng chủ động của khách du lịch (Ohridska-Olson, 2010). Phạm vi của các du lịch sáng tạo ngày nay được mở rộng, xu hướng đó cũng được phản ánh với nhiều nghiên cứu hiện tại, với các nghiên cứu điển hình gồm nhiều lĩnh vực như âm nhạc, lễ hội, bảo tàng, các tuyến

đường văn hóa địa phương, các di sản, làng nghề,... Khái niệm kết hợp du lịch văn hóa với sáng tạo được đề cập đến bởi Pearce và Butler (Richards, 2005) và mối quan hệ ban đầu giữa du lịch và sáng tạo là được thực hiện thông qua đánh giá các hoạt động sáng tạo, chẳng hạn tham gia vào biểu diễn hoặc làm đồ thủ công khi đến thăm các điểm đến (Zeppel, 1992). Cho đến nay, sự sáng tạo diễn ra trong du lịch từ thị trường ngách liên quan chủ yếu đến nghệ thuật và các sản phẩm thủ công đã trở nên rộng lớn hơn, chạm đến một loạt các hoạt động du lịch (Miettinen, 2008). Du lịch sáng tạo là một loại hình kết hợp giữa du lịch văn hóa và sáng tạo và là một loại hình du lịch có tiềm năng thay đổi và phát triển du lịch, tạo nên sự khác biệt và thay đổi trải nghiệm du

lịch. Du lịch sáng tạo rất thích hợp để phát triển du lịch tại các làng nghề, đặc biệt là tại Việt Nam. Tại Ninh Thuận, có nhiều làng nghề với nhiều tiềm năng độc đáo về văn hóa, có sức hút du khách và được công nhận về giá trị. Ninh Thuận có 2 làng nghề truyền thống gồm: Gốm Bàu Trúc, Chăm Mỹ Nghiệp,... với hàng chục làng nghề thủ công nghiệp khác như chế biến hải sản, chế biến nước mắm, sản xuất đồ gỗ mỹ nghiệp, làm rượu nho, nho sấy, táo sấy... Đây là những làng nghề có lịch sử lâu đời, sản xuất sản phẩm thủ công truyền thống độc đáo không chỉ nổi tiếng trong nước mà còn ở nước ngoài. Trong các làng nghề nói trên tại Ninh Thuận, làng nghề Bàu Trúc và Chăm Mỹ Nghiệp đã trở thành 2 làng nghề nổi tiếng và là hai điểm tham quan du lịch hấp dẫn của tỉnh Ninh Thuận và còn là “chất liệu” rất hấp dẫn trong việc phát triển du lịch sáng tạo trong tương lai (Thành, 2020). Nghiên cứu này dự kiến sẽ đưa ra những ý tưởng hoặc khái niệm dựa trên du lịch sáng tạo liên quan đến việc phát triển các tiềm năng du lịch thuộc sở hữu của các làng nghề để có thể tối đa hóa nền kinh tế của cộng đồng từ sinh kế chính của họ là sản xuất gốm và dệt thổ cẩm, từ đó hàm ý chính sách cho việc ra quyết định và hoạch định chính sách của địa phương trong việc phát triển các làng nghề truyền thống tại Ninh Thuận theo hướng sáng tạo. Chiến lược này cần chính quyền địa phương và doanh nghiệp cần ưu tiên kết nối với cộng đồng địa phương, trong đó việc tham gia trực tiếp của khách du lịch vào các hoạt động du lịch được xem là trọng tâm, là điểm nhấn của du lịch sáng tạo.

2. Cơ sở lý thuyết và phương pháp nghiên cứu

2.1. Cơ sở lý thuyết

2.1.1. Du lịch sáng tạo

Raymond (2003) cho rằng du lịch sáng tạo là sự phát triển từ du lịch văn hóa, bao gồm việc học một kỹ năng trong kỳ nghỉ, một phần của văn hóa của quốc gia hoặc cộng đồng mà du khách đến thăm. Hầu hết các hình thức du lịch sáng tạo được phát triển do nhu cầu nâng cao trải nghiệm cho du khách bằng cách tạo ra một hình thức du lịch văn

hóa có sự tham gia (Jelinčić, 2012). Có ý kiến cho rằng định nghĩa về du lịch sáng tạo là khác nhau ở mỗi nơi, tuy nhiên đều tồn tại những điểm chung như “sự tham gia tích cực”, “trải nghiệm đích thực”, “phát triển tiềm năng sáng tạo” và “phát triển kỹ năng” (Richards, 2011). Mặc dù tính sáng tạo được coi là nền tảng của du lịch sáng tạo, các yếu tố sáng tạo của hệ thống du lịch sáng tạo vẫn chưa được khám phá (Marian, 2012). Bên cạnh đó, các định nghĩa về du lịch sáng tạo hiện tại đều dựa vào nguồn cung, vẫn còn mơ hồ và thiếu xem xét quan điểm của khách du lịch (Tan, 2013).

Theo đó, Ivanov và Ohridska-Olson (2010) cho rằng có 2 loại hình du lịch sáng tạo: a) Du lịch sáng tạo phụ thuộc vào điểm đến cụ thể: theo cách tiếp cận này, các thành phố và đô thị sáng tạo đã được hình thành. Đây là hình ảnh của các thành phố và đô thị sáng tạo được các nhà điều hành của các công ty du lịch sử dụng để tăng sức hấp dẫn cho các sản phẩm tour du lịch của họ vào các ngày lễ; b) Du lịch sáng tạo dựa trên các hoạt động sáng tạo: cách tiếp cận này dựa trên giả định rằng các sản phẩm du lịch sáng tạo được công bố theo không gian và các hoạt động sáng tạo mà du khách có thể tham gia ở các địa điểm khác nhau một cách độc lập. Mặt khác, Richards (2011) xác định các loại hình du lịch sáng tạo khác nhau về loại hình tham gia và lượng khách du lịch sự tham gia. Sáng tạo có thể là một hoạt động liên quan đến mức độ tham gia cao hơn hoặc nền tảng là một hình thức thụ động hơn tham gia và do đó gắn liền với các chuyến đi du lịch văn hóa. (Bảng 1)

2.1.2. Khách du lịch sáng tạo

Hồ sơ khách du lịch là những đặc điểm riêng của khách du lịch có liên quan đến thói quen, sở thích và nhu cầu du lịch của họ. Việc tìm hiểu về hồ sơ khách du lịch là rất quan trọng trong việc xác định nhu cầu của du khách trong việc phát triển các chương trình Marketing hiệu quả. Sự sáng tạo có thể được nhìn nhận từ nhiều khía cạnh: sáng tạo hàng ngày, sáng tạo nghệ thuật và sáng tạo trí tuệ (Ivcevic, 2009). Richards (2011)

Bảng 1. Du lịch sáng tạo và các nước đang phát triển

Du lịch sáng tạo và các nước đang phát triển
❖ Chủ động hơn là thụ động
❖ Dựa trên quá trình tham gia và trải nghiệm
❖ Hòa nhập vào cộng đồng bản địa
❖ Sáng tạo và năng động
❖ Bền vững
❖ Dựa vào nguồn lực địa phương

Nguồn: Du lịch sáng tạo và các nước đang phát triển (Richards 2016)

chỉ ra rằng, “sự giao nhau” giữa sáng tạo và du lịch nằm ở nền tảng của chúng trong cuộc sống hàng ngày. Trong lịch sử, sáng tạo gắn liền với “những người sáng tạo” và sau đó là với các “sản phẩm sáng tạo”, hiện nay đã chuyển sang “bối cảnh xã hội” và “môi trường của sáng tạo” (Richards G., 2011). Tính sáng tạo ở khắp mọi nơi và có thể là nền tảng hoặc hoạt động trọng tâm của du lịch sáng tạo, tùy thuộc vào mức độ tham gia của khách du lịch (Richards 2011). Sáng tạo không chỉ trở thành một chiến lược được các thành phố/khu vực áp dụng để tìm kiếm sự phát triển, mà còn là một chiến lược thúc đẩy đổi mới và phát triển kỹ năng cá nhân (Ray, 1998). Sáng tạo không chỉ được coi là nền tảng mà còn là một hoạt động mà khách du lịch có thể mua, xem, nếm thử hoặc tìm hiểu về sản phẩm/trải nghiệm có liên quan (Richards 2011).

2.1.3. Làng du lịch

Một ngôi làng nghề truyền thống để trở thành làng du lịch phải có bầu không khí phản ánh tính chân thật của nông thôn, cả về văn hóa xã hội, phong tục tập quán, cuộc sống hàng ngày, kiến trúc truyền thống, cấu trúc không gian của làng và phải có tiềm năng phát triển các loại hình du lịch thành phần và các nhu cầu du lịch khác. Nó phải thỏa mãn 3 điều kiện sau: 1) Khu vực làng phải có cái để xem, nghĩa là điểm du lịch và sự hấp dẫn khách du lịch đối với khu vực khác, khu vực phải

có sức hấp dẫn đặc biệt. 2) Trong khu vực cần có sản “việc gì đó để làm”, nghĩa là ở khu vực đó ngoài ra còn có nhiều thứ khác, có thể được nhìn thấy, cũng cần phải được cung cấp các phương tiện giải trí có thể khiến du khách cảm thấy như đang ở nhà ở lại nơi đó lâu hơn. 3) Trong khu vực cần có “thứ gì đó để mua”, nghĩa là phải có cơ sở vật chất tại chỗ để mua sắm, đặc biệt là đồ lưu niệm được cộng đồng địa phương coi là vật kỷ niệm, bên cạnh đó cũng cần cung cấp dịch vụ đổi tiền và viễn thông (Putra. 2006).

Các yếu tố thu hút du khách của làng du lịch là: 1) Có tiềm năng về du lịch, 2) Có vị trí nằm trong phạm vi khu vực phát triển du lịch, 3) Hỗ trợ khả năng tiếp cận và cơ sở hạ tầng cho các chương trình du lịch làng xã, 4) Bảo đảm an ninh, trật tự, sạch sẽ (Mistriani 2018).

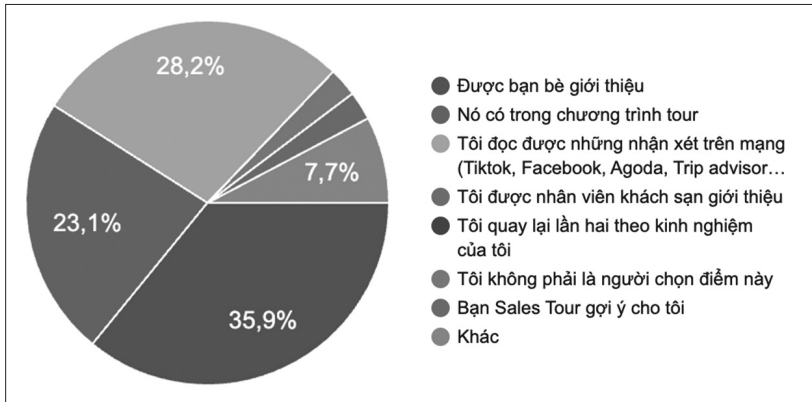
2.2. Phương pháp và kết quả nghiên cứu

Nghiên cứu này sử dụng nghiên cứu khảo sát bằng phiếu khảo sát và quan sát, nghiên cứu thực địa và phỏng vấn sâu, sau đó kết quả được mô tả dựa trên mô hình du lịch sáng tạo. Để xác định sản phẩm tiềm năng dựa trên du lịch sáng tạo, phương pháp này sử dụng phân tích mô tả và diễn giải. Nghiên cứu được thực hiện tại làng Chăm Mỹ Nghiệp và Gốm Bàu Trúc thuộc tỉnh Ninh Thuận bắt đầu từ tháng 6/2023 đến tháng 8/2023. (Biểu đồ 1)

Theo khảo sát của tác giả, có đến 35.9% du khách đã đến 2 làng nghề truyền thống Bàu Trúc và Mỹ Nghiệp là do được bạn bè giới thiệu và có đến 23.1% du khách tham quan biết đến làng nghề vì nó nằm trong tour. Điều này cho thấy, chiến lược quảng bá, marketing của làng nghề tại đây chưa mạnh qua các kênh mạng xã hội đã trở nên phổ biến hiện nay như Tiktok, Facebook, Agoda và các trang mạng khác (28.6%). (Biểu đồ 2)

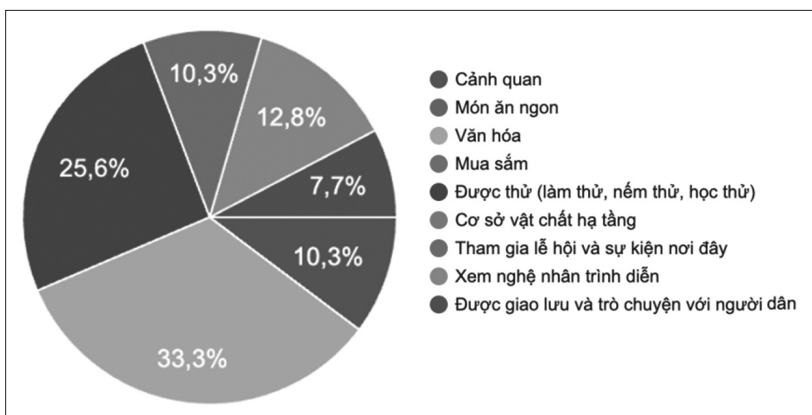
Sức hút của 2 làng nghề truyền thống tại Ninh Thuận chính là văn hóa (33.3%) theo khảo sát, trong khi đó, chỉ 25,6% du khách cho rằng, các hoạt động làm thử, nếm thử, học thử (trải nghiệm sáng tạo) tại các làng nghề chưa thật sự thu hút du khách. Qua khảo sát cho thấy, du lịch làng nghề

Biểu đồ 1: Khảo sát mức độ thu hút của 2 làng nghề truyền thống của Ninh Thuận



Nguồn: Tác giả thực hiện

Biểu đồ 2: Mức độ hài lòng của du khách đối với làng nghề truyền thống của Ninh Thuận



Nguồn: Tác giả thực hiện

tại Ninh Thuận hầu hết chỉ đang dừng lại ở du lịch văn hóa, khai thác văn hóa cộng đồng Champa làm nền tảng, chưa thật sự thu hút qua các hoạt động du lịch sáng tạo.

Làng gốm Bàu Trúc và làng Chăm Mỹ Nghiệp có thể phát triển dựa trên du lịch sáng tạo. Có thể thấy việc xác định tiềm năng của làng là điểm thu hút khách du lịch có thể mô tả là sự sáng tạo như nền tảng và sự sáng tạo như hoạt động.

Từ kết quả phỏng vấn du khách, người dân và chính quyền địa phương, các chuyên gia, các công ty lữ hành đưa khách đến, nghiên cứu đã xây dựng mô hình phát triển du lịch sáng tạo tại làng gốm Bàu Trúc và Chăm Mỹ Nghiệp có thể thực hiện bao gồm:

a) Tham quan làng nghề cùng hướng dẫn viên, đi bộ hoặc đạp xe đạp. Cảnh quan vùng nông thôn làng nghề, không khí trong lành, cùng với tìm hiểu các nét văn hóa đặc sắc của cộng đồng Chăm nơi đây (sáng tạo làm nền).

b) Du khách được mua các sản phẩm do chính mình thực hiện, được chính tay mình nung và dệt để mang về làm quà (sáng tạo làm nền).

c) Du khách được tương tác trực tiếp và thử làm các hoạt động như làm gốm Bàu Trúc và dệt Mỹ Nghiệp. Khách du lịch có thể học hỏi cũng như trải nghiệm thông qua tương tác trực tiếp với cộng đồng địa phương (sáng tạo là hoạt động).

d) Du khách được tự tay mình làm các món ăn tại địa phương, được thưởng thức các món ăn địa phương mang bản sắc của cộng đồng người Chăm (sáng tạo là hoạt động).

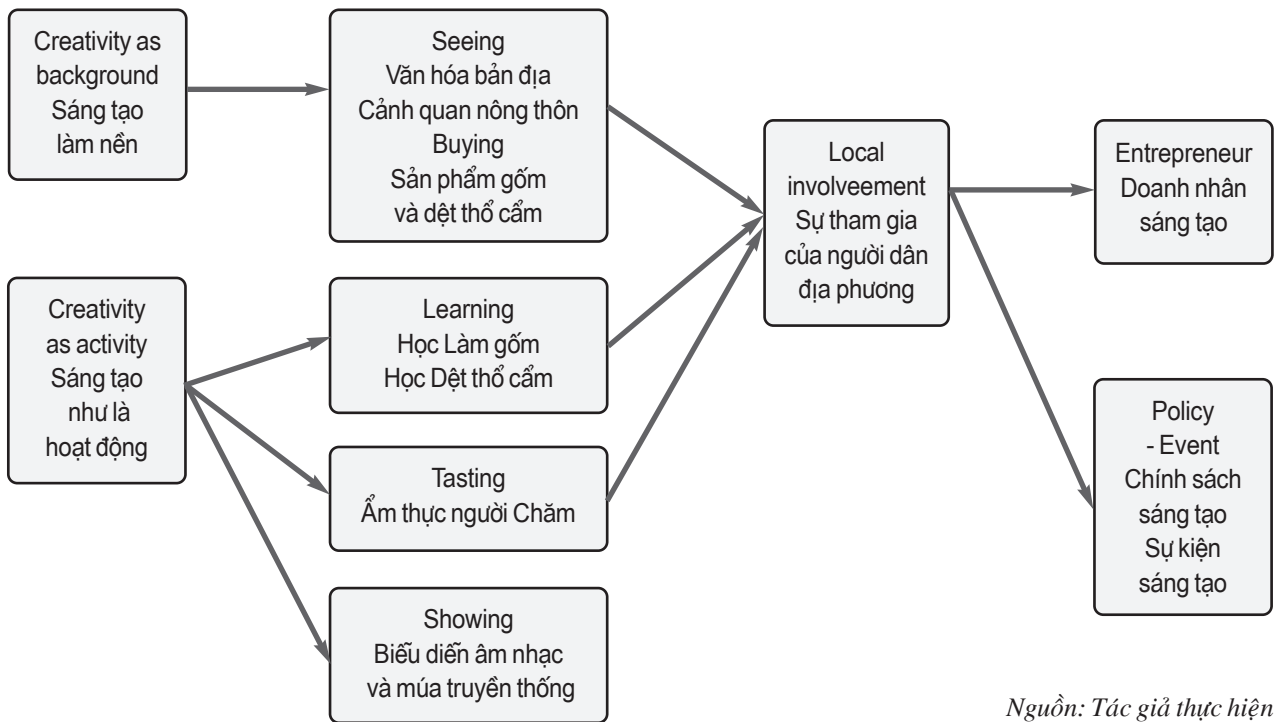
e) Xem biểu diễn âm nhạc và múa Chăm (sáng tạo là hoạt động).

3. Khuyến nghị dựa trên nghiên cứu

Để phát huy tiềm năng du lịch sáng tạo của hai làng nghề truyền thống tại Ninh Thuận là làng gốm Bàu Trúc và làng dệt Mỹ Nghiệp dựa trên Hình 1 thì làng nghề cần dựa trên sáng tạo làm nền (Creativity as Background) và xem sáng tạo như là hoạt động (Creativity as activity).

Làng nghề truyền thống tại Ninh Thuận có tiềm năng du lịch độc đáo và có thể phát triển như là một điểm thu hút du lịch dựa trên du lịch sáng tạo. Dựa trên những nét văn hóa đặc sắc của địa phương (vô hình) cùng với các sản phẩm từ hai làng nghề vô cùng độc đáo, người dân nơi đây

Hình 1: Mô hình nghiên cứu tiềm năng du lịch sáng tạo tại làng nghề truyền thống Ninh Thuận



Nguồn: Tác giả thực hiện

hoàn toàn có thể tận dụng những cơ hội để tăng cường kinh doanh sáng tạo tại địa phương. Qua kết quả phỏng vấn sâu người dân địa phương cho biết rằng, dù có nhiều tiềm năng như thế, nhưng làng còn gặp rất nhiều khó khăn trong quá trình chuyển đổi cũng như định vị thương hiệu trong việc phát triển du lịch sáng tạo như: 1) Nguồn nhân lực: sự phát triển của du lịch sáng tạo cần được sự sẵn sàng đón tiếp du khách của làng nhưng số lượng người dân tham gia vào du lịch không nhiều, người dân chuyển đổi sinh kế và không xem du lịch là nguồn thu nhập chính. 2) Cơ sở vật chất hạ tầng của làng còn chưa đáp ứng nhu cầu cho du khách. 3) Chưa có nhiều chương trình du lịch kết nối giữa làng và các địa điểm tiềm năng du lịch xung quanh. 4) Doanh nghiệp chưa có sự hợp tác đồng bộ giữa doanh nghiệp và người dân địa phương để phát huy hết tiềm năng của du lịch sáng tạo. 5) Các cơ quan liên quan đến quản lý du lịch và chính quyền địa phương cần đưa ra các chính sách, tài liệu tham khảo hướng dẫn cho cộng đồng phát huy các tiềm năng du lịch của

làng. 6) Sở du lịch cần quan tâm đến điều kiện thực tế và các khía cạnh để có thể thúc đẩy du lịch sáng tạo trong tương lai.

4. Kết luận

Làng gốm Bàu Trúc và dệt Mỹ Nghiệp có tiềm năng cho hoạt động sáng tạo và sáng tạo như là một nền tảng có thể phát triển thành điểm đến du lịch sáng tạo. Nghiên cứu này nhấn mạnh đến du lịch sáng tạo trong cộng đồng làng nghề địa phương Bàu Trúc và Mỹ Nghiệp trong việc đổi mới sáng tạo như thế nào để phát triển và thu hút du khách dựa trên tiềm năng sẵn có. Cần sáng tạo trong cách quản lý của trưởng thôn, sáng tạo của chính quyền trong việc hoạch định chính sách, doanh nghiệp cần đổi mới sáng tạo để có thể tạo ra các hoạt động du lịch mới lạ, sáng tạo, phá bỏ cách làm du lịch truyền thống để giúp nơi đây phát triển thành điểm đến sáng tạo. Nghiên cứu cũng nhấn mạnh đến vai trò của người dân địa phương với vai trò là nghệ nhân trong tham gia và là chủ thể của du lịch sáng tạo trong quá trình tương tác cùng du khách.

Với vai trò là chủ thể sáng tạo, giáo viên, người mẫn khách truyền tải kinh nghiệm lưu truyền từ bao đời nay là làm hoàn toàn bằng tay trong việc chế tạo gốm “độc nhất vô nhị”, không dùng bàn xoay và không máy móc của Bàu Trúc

cũng như “cách dệt hoàn toàn thủ công” đối với làng Mỹ Nghiệp. Vì thế, làng nghề nơi đây hoàn toàn có khả năng trở thành điểm đến của du lịch sáng tạo, thay đổi diện mạo mới cho sản phẩm du lịch văn hóa của Ninh Thuận ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Thành, N. (2020). Ninh Thuận đẩy mạnh phát triển sản phẩm làng nghề truyền thống. Truy cập tại: <https://cand.com.vn/Thi-truong/Ninh-Thuan-day-manh-phat-trien-san-pham-lang-nghe-truyen-thong-i578093/>.
2. Jelinčić, D. A., & uvela, A. (2012). Facing the Challenge? Creative Tourism in Croatia. *Journal of Tourism Consumption and Practice*, 4 (2), 78-90.
3. M, B. (2012). The measurement of creativity: From definitional consensus to the introduction of a new heuristic framework. *Creativity Research Journal*, 24, 55-65.
4. Marián, J. J. H. (2012). Creativity and rural tourism. *Creative and Knowledge Society/Internacional Scientific Journal*, January 2012.
5. Miettinen, S. (2008). Creative tourism as tool for local empowerment. G. Richards and J. Wilson, J. (eds.). *From cultural tourism to creative tourism*. Arnhem: ATLAS.
6. Mistriani, N. (2018). Development Tourism Village Strategy Of Samiran As A Creative Tourism Model In Central Java. 2nd International Conference on Tourism, Gastronomy, and Tourist Destination (ICTGTD 2018). *Advances in Economics, Business and Management Research (AEBMR)*, 52.
7. Ohridska-Olson, R. V. a. I., Stanislav (2010). Creative Tourism Business Model and its Application in Bulgaria. *Proceedings of the Black Sea Tourism Forum Cultural Tourism – The Future of Bulgaria*. Available at: https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1690425.
8. Putra., A. M. (2006). Konsep Desa Wisata. *Jurnal manajemen pariwisata*, 1(5), 71.
9. Richards (2011). Creativity and Tourism: The State of the Art. *Annals of Tourism Research*, 38(4), 1225-1253.
10. Richards, G. (2005). Textile tourists in the European periphery: New markets for disadvantaged areas?. *Tourism Review International*, 8(4), 323 - 338.
11. Richards, G. (2016). The challenge of creative tourism. *Ethnologies*, 38 (1-2), 31-42.
12. Tan, S. (2013). A Model Of Creative Experience In Creative Tourism. *Annals of Tourism Research*, 41, 153-174.
13. Zeppel, H. a. C. M. H. (1992). Arts and heritage tourism. In Weiler B., Hall C.M. (Eds.), *Special Interest Tourism*. London. Belhaven Press, 47-65.

Ngày nhận bài: 4/9/2023

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 16/9/2023

Ngày chấp nhận đăng bài: 4/10/2023

Thông tin tác giả:

ThS. PHAN MINH CHÂU

Khoa Quản trị Du lịch - Nhà hàng - Khách sạn

Trường Đại học Công nghệ Thành phố Hồ Chí Minh

NCS Khoa Du lịch học

Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn - Đại học Quốc gia Hà Nội

**THE POTENTIAL OF BAU TRUC VILLAGE
AND MY NGHIEP CHAM POTTERY VILLAGES
IN DEVELOPING CREATIVE TOURISM**

● Master. **PHAN MINH CHAU**

Faculty of Hospitality and Tourism Management,

HUTECH University, Ho Chi Minh City

Ph.D Student, Faculty of Tourism Researches,

University of Social Sciences and Humanities, Vietnam National University

ABSTRACT:

This paper provides a comprehensive view of the development of creative tourism in two famous pottery villages in Ninh Thuan province, including Bau Truc village and My Nghiep Cham village. This paper develops a theoretical foundation and practical model to make some policy suggestions for developing creative tourism activities in these two pottery villages. These suggestions are based on field survey research and in-depth interviews with local artisans, stakeholders, and tourists.

Keywords: creative tourism, craft villages, potential, Bau Truc pottery village, Cham My Nghiep pottery village, tourism development, tourism, tourists.