

HỌC VIỆN NÔNG NGHIỆP VIỆT NAM



ĐẶNG THÀNH THỨC

**PHÁT TRIỂN DU LỊCH LÀNG NGHỀ PHÍA ĐÔNG
TỈNH GIA LAI**

LUẬN ÁN TIẾN SĨ



NHÀ XUẤT BẢN HỌC VIỆN NÔNG NGHIỆP - 2026

HỌC VIỆN NÔNG NGHIỆP VIỆT NAM

ĐẶNG THÀNH THỨC

**PHÁT TRIỂN DU LỊCH LÀNG NGHỀ PHÍA ĐÔNG
TỈNH GIA LAI**

Chuyên ngành: Kinh tế phát triển

Mã số: 9.31.01.05

Người hướng dẫn khoa học: PGS. TS. Nguyễn Thị Minh Hiền

HÀ NỘI - 2026

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan rằng, đây là đề tài nghiên cứu của riêng tôi. Số liệu và kết quả nghiên cứu trong luận án này là trung thực và chưa hề được sử dụng để bảo vệ cho một đề tài tốt nghiệp nào.

Tôi xin khẳng định rằng, mọi sự giúp đỡ cho việc thực hiện luận án này đã được cảm ơn và mọi sự trích dẫn trong luận án này đã được ghi rõ nguồn gốc.

Hà Nội, ngày tháng 09 năm 2026

Tác giả luận án

Đặng Thành Thức

LỜI CẢM ƠN

Trong thời gian thực hiện đề tài: “Phát triển du lịch làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai” tôi đã nhận được sự giúp đỡ, hướng dẫn chỉ bảo tận tình của các thầy cô giáo thuộc Khoa Kinh tế và Quản lý, Học viện Nông nghiệp Việt Nam, một số cơ quan, ban ngành, các đồng nghiệp và bạn bè.

Tới nay, luận án của tôi đã được hoàn thành. Tôi xin chân thành cảm ơn PGS.TS. Nguyễn Thị Minh Hiền giáo viên hướng dẫn chính đã giúp đỡ tôi rất tận tình và chu đáo về chuyên môn trong quá trình thực hiện đề tài nghiên cứu.

Tôi xin bày tỏ lòng biết ơn chân thành tới Ban Giám đốc, Ban Quản lý đào tạo, Khoa Kinh tế và Quản lý, các thầy cô trong Bộ môn Quản lý phát triển thuộc Học viện Nông nghiệp Việt Nam đã tận tình giúp đỡ tôi trong quá trình học tập, đã đóng góp nhiều ý kiến quý báu giúp tôi hoàn thành luận án.

Tôi xin chân thành cảm ơn tới lãnh đạo Tỉnh và các xã tại phía Đông tỉnh Gia Lai cũng như người dân trong vùng làng nghề đã giúp đỡ tận tình và tạo điều kiện tốt nhất cho tôi trong suốt quá trình nghiên cứu.

Xin chân thành cảm ơn gia đình, người thân, bạn bè, đồng nghiệp đã tạo điều kiện thuận lợi, giúp đỡ, động viên, khuyến khích tôi hoàn thành luận án./.

Hà Nội, ngày tháng 09 năm 2026

Tác giả luận án

Đặng Thành Thức

MỤC LỤC

Lời cam đoan	i
Lời cảm ơn.....	ii
Mục lục	i
Danh mục từ viết tắt	vi
Danh mục bảng	viii
Danh mục hình	x
Danh mục biểu đồ.....	x
Danh mục hộp.....	x
Trích yếu luận án	xi
Thesis abstract	xiii
Phần 1. Mở đầu.....	1
1.1. Tính cấp thiết của đề tài.....	1
1.2. Mục tiêu nghiên cứu	1
1.2.1. Mục tiêu chung	4
1.2.2. Mục tiêu cụ thể	4
1.3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu	4
1.3.1. Đối tượng nghiên cứu	4
1.3.2. Phạm vi nghiên cứu	5
1.3.3. Câu hỏi nghiên cứu.....	5
1.4. Những đóng góp mới của luận án.....	6
1.5. Ý nghĩa khoa học và thực tiễn	7
1.5.1. Ý nghĩa khoa học.....	7
1.5.2. Ý nghĩa thực tiễn	7
Phần 2. Cơ sở lý luận và thực tiễn về phát triển du lịch làng nghề.....	8
2.1. Tổng quan nghiên cứu	8
2.1.1. Giá trị kinh tế và các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch làng nghề	8
2.1.2. Tổ chức không gian sản xuất và trải nghiệm du lịch.....	9
2.1.3. Hành vi tiêu dùng và trải nghiệm của du khách	10
2.1.4. Thể chế, quản trị địa phương và nền tảng khái niệm.....	10
2.1.5. Khoảng trống nghiên cứu và định hướng nghiên cứu của luận án	11
2.2. Cơ sở lý luận về phát triển du lịch làng nghề	14
2.2.1. Một số khái niệm trong nghiên cứu	14

2.2.2. Vai trò và đặc điểm của phát triển du lịch làng nghề	20
2.2.3. Nội dung nghiên cứu về phát triển du lịch làng nghề.....	25
2.2.4. Kết quả phát triển du lịch làng nghề.....	30
2.2.5. Các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch làng nghề	32
2.3. Cơ sở thực tiễn về phát triển du lịch làng nghề	39
2.3.1. Kinh nghiệm của các quốc gia về phát triển du lịch làng nghề	39
2.3.2. Kinh nghiệm thực tiễn về phát triển du lịch làng nghề trong nước	42
2.3.3. Bài học vận dụng cho phát triển du lịch làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai	46
Tóm tắt phần 2.....	47
Phần 3. Phương pháp nghiên cứu	49
3.1. Đặc điểm Địa bàn nghiên cứu	49
3.1.1. Giới thiệu địa bàn nghiên cứu	49
3.1.2. Đặc điểm tự nhiên khu vực phía Đông tỉnh Gia Lai.....	50
3.1.3. Điều kiện kinh tế – xã hội khu vực phía Đông tỉnh Gia Lai.....	51
3.2. Phương pháp tiếp cận và khung phân tích.....	55
3.2.1. Phương pháp tiếp cận nghiên cứu	55
3.2.2. Khung phân tích nghiên cứu.....	56
3.3. Thiết kế nghiên cứu và địa bàn khảo sát	58
3.3.1. Lựa chọn địa bàn khảo sát	58
3.3.2. Lựa chọn làng nghề khảo sát	59
3.3.3. Thiết kế nghiên cứu và đối tượng khảo sát.....	60
3.4. Phương pháp thu thập thông tin.....	61
3.4.1. Thu thập thông tin thứ cấp.....	61
3.4.2. Thu thập thông tin sơ cấp	62
3.5. Phương pháp xử lý và phân tích thông tin.....	65
3.5.1. Phương pháp xử lý dữ liệu	65
3.5.2. Phương pháp thống kê mô tả và so sánh	65
3.5.3. Phương pháp phân tích dữ liệu định tính.....	66
3.5.4. Phương pháp nghiên cứu định lượng.....	66
3.5.5. Phương pháp phân tích SWOT.....	69
3.6. Hệ thống chỉ tiêu đánh giá và chỉ tiêu nghiên cứu	69
3.6.1. Nhóm tiêu chí đánh giá thực trạng phát triển du lịch làng nghề	69
3.6.2. Nhóm tiêu chí đo lường các kết quả và hiệu quả du lịch làng nghề.....	70
Tóm tắt phần 3.....	71

Phần 4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận.....	72
4.1. Thực trạng phát triển du lịch làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai.....	72
4.1.1. Quy hoạch và tổ chức không gian du lịch làng nghề.....	72
4.1.2. Phát triển sản phẩm và thị trường.....	74
4.1.3. Nguồn lực đầu tư và hiệu quả sử dụng nguồn lực	81
4.1.4. Thực trạng nguồn nhân lực và đào tạo phục vụ du lịch làng nghề.....	85
4.1.5. Thực trạng liên kết trong phát triển du lịch làng nghề	90
4.1.6. Thực trạng xúc tiến quảng bá và xây dựng hình ảnh thương hiệu du lịch làng nghề	92
4.1.7. Kết quả phát triển du lịch làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai.....	95
4.2. Các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai	101
4.2.1. Sản phẩm du lịch làng nghề.....	101
4.2.2. Cơ sở hạ tầng	103
4.2.3. Vệ sinh môi trường.....	105
4.2.4. Nguồn nhân lực làng nghề.....	107
4.2.5. An toàn và an ninh.....	109
4.2.6. Sự tham gia của cộng đồng địa phương	111
4.2.7. Thể chế chính sách phát triển du lịch làng nghề.....	113
4.2.8. Mức độ tác động của các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai	115
4.3. Định hướng và giải pháp phát triển du lịch làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai	121
4.3.1. Căn cứ đề xuất định hướng và giải pháp phát triển du lịch làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai.....	127
4.3.2. Định hướng phát triển du lịch làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai	122
4.3.3. Các giải pháp phát triển du lịch làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai	127
Tóm tắt phần 4.....	146
Phần 5. Kết luận và kiến nghị.....	147
5.1. Kết luận	147
5.2. Kiến nghị	149
5.2.1. Kiến nghị với Bộ Văn hóa - Thể thao và Du lịch.....	149
5.2.2. Đối với tỉnh Gia Lai và chính quyền địa phương	149
Các công trình nghiên cứu đã công bố có liên quan đến luận án.....	151
Tài liệu tham khảo.....	152
Phụ lục	165

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

Từ viết tắt	Nghĩa tiếng Việt (và tiếng Anh)
ATAN	An toàn và an ninh
BVHTTDL	Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch
CDDP	Sự tham gia của cộng đồng địa phương
CSHT	Cơ sở hạ tầng
DLLN	Du lịch làng nghề
DTTS	Dân tộc thiểu số
EFA	Phân tích nhân tố khám phá (<i>Exploratory Factor Analysis</i>)
FGD	Thảo luận nhóm tập trung (<i>Focus Group Discussion</i>)
GRDP	Tổng sản phẩm trên địa bàn (<i>Gross Regional Domestic Product</i>)
HTX	Hợp tác xã
IPA	Phân tích tầm quan trọng - mức độ thực hiện (<i>Importance-Performance Analysis</i>)
LNTT	Làng nghề truyền thống
NCS	Nghiên cứu sinh
NN&PTNT	Nông nghiệp và Phát triển nông thôn
NNL	Nguồn nhân lực
NQ	Nghị quyết
NTM	Nông thôn mới
OCOP	Mỗi xã, phường một sản phẩm (<i>One Commune One Product</i>)
OPAM	Bảo tàng Nghệ thuật Tỉnh Oita (<i>Oita Prefectural Art Museum</i>)
OTOP	Mỗi làng một sản phẩm (<i>One Tambon One Product</i>)
OVOP	Mỗi làng một sản phẩm - Nhật Bản (<i>One Village One Product</i>)
PATA	Hiệp hội Du lịch Châu Á - Thái Bình Dương (<i>Pacific Asia Travel Association</i>)
PPP	Hợp tác công - tư (<i>Public-Private Partnership</i>)
PTDL	Phát triển du lịch
PTDLLN	Phát triển du lịch làng nghề
QĐ	Quyết định
SERVQUAL	Mô hình đo lường chất lượng dịch vụ (<i>Service Quality</i>)

Từ viết tắt	Nghĩa tiếng Việt (và tiếng Anh)
SHL	Sự hài lòng của du khách
SME	Doanh nghiệp vừa và nhỏ (<i>Small and Medium Enterprise</i>)
SPDLLN	Sản phẩm du lịch làng nghề
SWOT	Mã trận phân tích Điểm mạnh - Điểm yếu - Cơ hội - Thách thức
TCCS	Thẻ chế, chính sách
THPT	Trung học phổ thông
TMĐT	Thương mại điện tử
TNHH	Trách nhiệm hữu hạn
TPHCM	Thành phố Hồ Chí Minh
TT&DL	Thê thao và Du lịch
TTCN	Tiểu thủ công nghiệp
TTg	Thủ tướng
TW	Trung ương
UBND	Ủy ban nhân dân
UNWTO	Tổ chức Du lịch Thế giới thuộc Liên Hiệp Quốc (<i>United Nations World Tourism Organization</i>)
VIF	Hệ số phóng đại phương sai (<i>Variance Inflation Factor</i>)
VSMT	Vệ sinh môi trường

DANH MỤC BẢNG

STT	Tên bảng	Trang
2.1.	Tổng hợp các dòng nghiên cứu về phát triển du lịch làng nghề và định hướng tiếp cận của luận án.....	12
3.1.	Tổng sản phẩm địa phương bình quân đầu người	51
3.2.	Tổng sản phẩm trên địa bàn phía Đông tỉnh Gia Lai theo giá hiện hành phân theo khu vực kinh tế	52
3.3.	Dân số phía Đông tỉnh Gia Lai	53
3.4.	Dân số trung bình phía Đông tỉnh Gia Lai	53
3.5.	Lao động từ 15 tuổi trở lên đang làm việc hàng năm phân theo loại hình kinh tế	54
3.6.	Phân bố làng nghề khảo sát trên khu vực nghiên cứu	60
3.7.	Nguồn thu thông tin thứ cấp	61
3.8.	Đối tượng, số lượng và cách thức thu thập thông tin sơ cấp	62
3.9.	Cỡ mẫu điều tra hộ tại các địa phương khảo sát.....	63
3.10.	Cỡ mẫu điều tra khách du lịch	63
3.11.	Tổng hợp thang đo các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai	66
3.12.	Ma trận SWOT trong nghiên cứu phát triển du lịch làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai	69
3.13.	Hệ thống chỉ tiêu đánh giá thực trạng phát triển du lịch làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai	70
3.14.	Hệ thống tiêu chí đánh giá kết quả phát triển du lịch làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai	70
4.1.	Sản phẩm và hoạt động du lịch tại các làng nghề khảo sát.....	76
4.2.	Tổng hợp thông tin về hoạt động của các làng nghề truyền thống phía Đông tỉnh Gia Lai	77
4.3.	Doanh thu các làng nghề giai đoạn 2019 – 2024	78
4.4.	Nguồn nhân lực tại các làng nghề giai đoạn 2019-2024.....	86
4.5.	Nguồn nhân lực tại làng nghề năm 2025	87
4.6.	Kết quả phát triển du lịch làng nghề theo địa bàn năm 2023–2024.....	96
4.7.	Kết quả kiểm định độ tin cậy thang đo phát triển du lịch làng nghề và sự hài lòng	97

4.8.	Kết quả thang đo phát triển du lịch làng nghề.....	98
4.9.	Các khoảng trống phát triển du lịch làng nghề	99
4.10.	Thống kê mô tả sản phẩm du lịch làng nghề	102
4.11.	Kiểm định độ tin cậy thang đo sản phẩm du lịch làng nghề.....	103
4.12.	Thống kê mô tả thang đo cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch làng nghề.....	104
4.13.	Kiểm định độ tin cậy thang đo cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch làng nghề.....	105
4.14.	Thống kê mô tả thang đo vệ sinh môi trường	106
4.15.	Kiểm định độ tin cậy thang đo vệ sinh môi trường	107
4.16.	Thống kê mô tả thang đo nguồn nhân lực làng nghề.....	108
4.17.	Kiểm định độ tin cậy thang đo nguồn nhân lực làng nghề	109
4.18.	Thống kê mô tả thang đo an toàn và an ninh	110
4.19.	Thống kê độ tin cậy thang đo - Chỉ tiêu an toàn an ninh	111
4.20.	Thống kê mô tả thang đo sự tham gia của cộng đồng địa phương	112
4.21.	Kiểm định độ tin cậy thang đo sự tham gia của cộng đồng địa phương	113
4.22.	Thống kê mô tả thang đo thể chế chính sách.....	114
4.23.	Kiểm định độ tin cậy thang đo thể chế chính sách	115
4.24.	Kết quả phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai	116
4.25.	Kết quả hồi quy các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai	117
4.26.	Kết quả đánh giá hồi quy mô hình.....	118
4.27.	Kết quả kiểm định mức độ phù hợp của mô hình hồi quy.....	118
4.28.	Ma trận SWOT phát triển du lịch làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai	123
4.29.	Ma trận tương quan giữa yếu tố ảnh hưởng - định hướng - giải pháp.....	126

DANH MỤC HÌNH

STT	Tên hình	Trang
3.1.	Bản đồ tỉnh Gia Lai.....	49
3.2.	Các nhóm bên liên quan trong phát triển du lịch làng nghề	56
3.3.	Khung phân tích phát triển du lịch làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai.....	57

DANH MỤC BIỂU ĐỒ

STT	Tên biểu đồ	Trang
3.1.	Tổng sản phẩm địa phương bình quân đầu người	52
4.1.	Thực trạng đào tạo nguồn nhân lực	88
4.2.	Thực trạng hoạt động liên kết	90
4.3.	Mức độ nhận biết thực trạng hoạt động xúc tiến, quảng bá.....	93

DANH MỤC HỘP

STT	Tên hộp	Trang
4.1.	Ý kiến về hạn chế trong tổ chức hoạt động trải nghiệm	79
4.2.	Thực trạng và không gian trưng bày tại Làng nghề Tiện gỗ Nhơn Hậu.....	80
4.3.	Ý kiến của nghệ nhân về điều kiện sản xuất và tiêu thụ sản phẩm.....	80
4.4.	Ý kiến của nghệ nhân về khó khăn tiếp cận nguồn vốn tại làng nghề tiện gỗ mỹ nghệ Nhơn Hậu	83
4.5.	Ý kiến của nghệ nhân về tiềm năng và rủi ro của làng nghề Trồng mai cảnh.....	89
4.6.	Ý kiến về sự phối hợp giữa các bên liên quan	91
4.7.	Ý kiến về thực trạng liên kết trong phát triển du lịch làng nghề	92
4.8.	Ý kiến của nghệ nhân về vai trò của du lịch trong phát triển làng nghề dệt chiếu cói	94

TRÍCH YẾU LUẬN ÁN

Tên tác giả: Đặng Thành Thức

Tên Luận án: Phát triển du lịch làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai

Ngành: Kinh tế phát triển

Mã số: 9 31 01 05

Tên cơ sở đào tạo: Học viện Nông nghiệp Việt Nam (VNUA)

Mục đích nghiên cứu:

Luận án nhằm hệ thống hóa cơ sở lý luận và thực tiễn về phát triển du lịch làng nghề, đánh giá toàn diện thực trạng phát triển du lịch làng nghề tại phía Đông tỉnh Gia Lai (địa bàn tỉnh Bình Định trước khi điều chỉnh đơn vị hành chính); xác định và lượng hóa mức độ tác động của các yếu tố ảnh hưởng; từ đó đề xuất hệ thống giải pháp và kiến nghị chính sách khả thi nhằm phát triển du lịch làng nghề theo hướng bền vững, nâng cao hiệu quả khai thác giá trị văn hóa – kinh tế của làng nghề và đóng góp tích cực vào phát triển kinh tế – xã hội của địa phương.

Phương pháp nghiên cứu:

Luận án sử dụng cách tiếp cận nghiên cứu đa chiều, kết hợp định tính và định lượng. Dữ liệu sơ cấp được thu thập thông qua khảo sát bảng hỏi với 371 hộ/cơ sở làng nghề, 57 doanh nghiệp lữ hành và 433 khách du lịch tại các làng nghề tiêu biểu trên địa bàn nghiên cứu; phỏng vấn sâu chuyên gia, nhà quản lý; và thảo luận nhóm tập trung (FGD). Các phương pháp phân tích được sử dụng bao gồm: thống kê mô tả, thống kê so sánh, phân tích nhân tố khám phá (EFA), kiểm định độ tin cậy Cronbach's Alpha và mô hình hồi quy bội, kết hợp phân tích SWOT.

Kết quả chính và kết luận:

Về cơ sở lý luận: luận án đã góp phần hoàn thiện cơ sở lý luận về phát triển du lịch làng nghề thông qua cách tiếp cận tích hợp giữa hoạt động sản xuất, cung ứng dịch vụ và trải nghiệm du lịch trong chuỗi giá trị thống nhất; luận án đề xuất cách tiếp cận mô hình du lịch làng nghề “sản xuất kép”, trong đó không gian sản xuất và không gian trải nghiệm cùng tồn tại và đồng thời tạo lập giá trị cho điểm đến phù hợp nghiên cứu cấp tỉnh; hệ thống hóa các tiêu chí, đánh giá chỉ tiêu và thang đo phục vụ phân tích định lượng.

Về thực trạng: Du lịch làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai đã có những nền tảng nhất định về tài nguyên nghề, bản sắc văn hóa và sự tham gia cộng đồng. Năm 2024, một số làng nghề tiêu biểu như rượu Bầu Đá, nón ngựa Phú Gia, mai cảnh Háo Đức và tiện gỗ mỹ nghệ Nhơn Hậu đã thu hút lượng khách tham quan tương đối lớn, tuy nhiên doanh thu tại các làng nghề này có xu hướng giảm giai đoạn 2019 - 2024, phản ánh khoảng cách giữa lượng khách tham quan và hiệu

quả khai thác kinh tế thực tế. Kết quả phát triển du lịch làng nghề vẫn chưa tương xứng với tiềm năng vốn có do các hạn chế chủ yếu: quy hoạch và tổ chức không gian chưa đồng bộ; sản phẩm thiếu chiều sâu trải nghiệm và tính liên kết; cơ sở hạ tầng và tiện ích phục vụ khách còn bất cập; nguồn nhân lực chưa đáp ứng yêu cầu dịch vụ chuyên nghiệp; liên kết thị trường và hoạt động xúc tiến quảng bá còn yếu.

Về các yếu tố ảnh hưởng: Kết quả mô hình hồi quy bội xác nhận bảy yếu tố đều có tác động tích cực và có ý nghĩa thống kê đến phát triển du lịch làng nghề. Thứ tự tác động theo hệ số Beta chuẩn hóa: cơ sở hạ tầng (0,277), vệ sinh môi trường (0,214), nguồn nhân lực (0,193), an toàn - an ninh (0,190), sản phẩm du lịch làng nghề (0,185), sự tham gia của cộng đồng (0,175), và thể chế chính sách (0,139). Cơ sở hạ tầng là yếu tố có tác động nổi trội nhất, xác nhận đây là "nút thắt" ưu tiên cần can thiệp.

Về giải pháp: Trên cơ sở ba nhóm căn cứ (thể chế - chính sách; thực trạng và phân tích SWOT; kinh nghiệm trong nước và quốc tế), luận án xác lập sáu định hướng chiến lược và đề xuất mười nhóm giải pháp trọng tâm: (i) hoàn thiện quy hoạch và tổ chức không gian phát triển du lịch làng nghề; (ii) cải thiện cơ sở hạ tầng và nâng cao chất lượng dịch vụ; (iii) tăng cường bảo vệ môi trường làng nghề; (iv) tăng cường đào tạo và phát triển nguồn nhân lực; (v) bảo đảm an toàn - an ninh tại điểm đến; (vi) phát triển và đa dạng hóa sản phẩm du lịch; (vii) tăng cường sự tham gia chủ động của cộng đồng trong phát triển du lịch làng nghề; (viii) đẩy mạnh xúc tiến quảng bá và chuyển đổi số; (ix) liên kết các làng nghề, xây dựng các tuyến và chương trình du lịch; (x) hoàn thiện cơ chế điều phối hỗ trợ phát triển du lịch làng nghề. Các giải pháp cần được triển khai đồng bộ và theo lộ trình phù hợp nhằm bảo đảm tính hiệu quả và bền vững trong dài hạn.

THESIS ABSTRACT

PhD candidate: Dang Thanh Thuc

Thesis Title: Craft Village Tourism Development in the Eastern Region of Gia Lai Province

Major: Development Economics

Code: 9310105

Educational organization: Vietnam National University of Agriculture (VNUA)

Research Objectives:

This dissertation aims to systematize and critically analyze the theoretical and practical foundations of craft village tourism development; comprehensively assess the current state of craft village tourism in the eastern region of Gia Lai Province (corresponding to the former Binh Dinh Province prior to the administrative boundary adjustment); identify and quantify the impact of key influencing factors; and propose a coherent system of solutions and policy recommendations for sustainable development of craft village tourism, enhancing the cultural and economic value of craft villages and contributing to local socio-economic growth.

Research Methods:

The dissertation employs a multi-dimensional research approach integrating qualitative and quantitative methods. Primary data were collected through structured questionnaire surveys with 371 craft village households/establishments, 57 tourism enterprises, and 433 tourists at representative craft villages in the study area; in-depth expert interviews; and focus group discussions (FGD). The research integrates a participatory approach with a systemic and interdisciplinary approach. Analytical tools include descriptive statistics, exploratory factor analysis (EFA), Cronbach's Alpha reliability testing, multiple regression analysis, and SWOT analysis.

Main Findings and Conclusions:

Theoretical contributions: The dissertation contributes to advancing the theoretical foundation of craft village tourism development by adopting an integrated approach that links production activities, service provision, and tourism experiences within a unified value chain. It proposes the "dual-production" craft village tourism model, in which production space and tourism experience space coexist and jointly create destination value, providing a conceptual framework that is particularly applicable to tourism development at the provincial level. In addition, the dissertation systematizes the evaluation criteria, indicators, and measurement scales used for the quantitative assessment of craft village tourism development..

Current state: Craft village tourism in the eastern region of Gia Lai Province has established certain foundations in terms of craft resources, cultural identity, and community participation. In 2024, prominent craft villages such as Bau Da Traditional Liquor, Phu Gia Horse Hat, Hao Duc Ornamental Apricot, and Nhon Hau Woodworking attracted a relatively large number of visitors. Revenue at these craft villages has followed a declining trend over the 2019-2024 period, reflecting a gap between visitor volume and actual economic performance. However, development remains below its potential due to key limitations: insufficient planning and spatial organization; products lacking experiential depth and inter-village linkages; inadequate infrastructure and visitor amenities; limited professional service capacity among human resources; and weak market linkages and promotional activities.

Influencing factors: Multiple regression results confirm that seven factors exert positive and statistically significant effects on craft village tourism development. In descending order of standardized Beta coefficients: infrastructure (0.277), environmental sanitation (0.214), human resources (0.193), safety and security (0.190), craft village tourism products (0.185), community participation (0.175), and institutional policies (0.139). Infrastructure emerges as the most dominant factor, confirming it as the primary bottleneck requiring priority intervention.

Proposed solutions: Based on three groups of evidence (institutional-policy frameworks; current state and SWOT analysis; domestic and international experiences), the dissertation establishes six strategic orientations and proposes ten priority solution groups: (i) improving planning and organizing the spatial development of craft village tourism; (ii) improving infrastructure and enhancing service quality; (iii) strengthening environmental protection in craft villages; (iv) enhancing training and human resource development; (v) ensuring safety and security at destinations; (vi) developing and diversifying tourism products; (vii) strengthening the proactive participation of local communities in craft village tourism development; (viii) strengthening destination marketing and digital transformation; (ix) strengthening linkages among craft villages and developing tourism routes and tour programs; and (x) Improving the coordination mechanism to support craft village tourism development. Synchronized and phased implementation of these solutions is essential to ensure long-term effectiveness and sustainability of craft village tourism in the eastern region of Gia Lai Province.

PHẦN 1. MỞ ĐẦU

1.1. TÍNH CẤP THIẾT CỦA ĐỀ TÀI

Trong những thập niên gần đây, du lịch đã trở thành một ngành kinh tế quan trọng, đóng góp tích cực vào tăng trưởng, tạo việc làm, nâng cao thu nhập và thúc đẩy giao lưu văn hóa. Trước đại dịch COVID-19, du lịch và lữ hành đóng góp khoảng 10,4% GDP toàn cầu và tạo ra 319 triệu việc làm, tương đương 10% tổng số việc làm trên thế giới (WTTC, 2019). Mặc dù chịu ảnh hưởng nghiêm trọng của đại dịch, ngành du lịch đã từng bước phục hồi từ năm 2022, đồng thời chứng kiến sự thay đổi rõ nét trong nhu cầu và hành vi của du khách. Xu hướng tìm kiếm những trải nghiệm chân thực, gắn với văn hóa bản địa, cộng đồng và các giá trị truyền thống ngày càng gia tăng, qua đó thúc đẩy sự phát triển của các loại hình du lịch văn hóa, du lịch cộng đồng và du lịch làng nghề (Sigala, 2020; Đỗ Thị Vân Hương, 2023).

Du lịch làng nghề là loại hình du lịch dựa trên việc khai thác tổng hợp giá trị của nghề thủ công truyền thống, sản phẩm đặc trưng, không gian văn hóa và đời sống cộng đồng nhằm tạo ra trải nghiệm khác biệt cho du khách. Phát triển du lịch làng nghề không chỉ góp phần đa dạng hóa sản phẩm và nâng cao sức hấp dẫn của điểm đến mà còn tạo thêm việc làm, cải thiện thu nhập, mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm và thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu kinh tế nông thôn. Quan trọng hơn, hoạt động này tạo động lực để bảo tồn nghề truyền thống, phát huy tri thức bản địa và duy trì bản sắc văn hóa cộng đồng. Vì vậy, du lịch làng nghề được xem là một phương thức kết hợp tương đối hài hòa giữa phát triển kinh tế, bảo tồn văn hóa và bảo đảm sinh kế trong định hướng phát triển du lịch bền vững.

Kinh nghiệm của một số quốc gia châu Á cho thấy, nếu được tổ chức và quản trị phù hợp, làng nghề có thể trở thành nguồn lực quan trọng đối với phát triển kinh tế địa phương. Phong trào “Mỗi làng một sản phẩm” (OVOP) tại Nhật Bản và Chương trình “Mỗi xã một sản phẩm” (OTOP) tại Thái Lan đã góp phần nâng cao giá trị sản phẩm bản địa, củng cố năng lực của cộng đồng và gắn kết hoạt động sản xuất truyền thống với thị trường du lịch (Natsuda và cộng sự, 2012). Những mô hình này cho thấy tiềm năng của làng nghề chỉ có thể được chuyển hóa thành giá trị kinh tế và du lịch khi có sự kết

hợp đồng bộ giữa chất lượng sản phẩm, trải nghiệm của du khách, năng lực cộng đồng, liên kết thị trường và vai trò hỗ trợ của Nhà nước.

Ở Việt Nam, phát triển du lịch gắn với văn hóa bản địa, nông nghiệp, nông thôn và làng nghề đã được xác định trong nhiều chủ trương, chính sách quan trọng. Nghị quyết số 08-NQ/TW về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn và Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030 đều nhấn mạnh yêu cầu xây dựng sản phẩm du lịch đặc thù, phát huy bản sắc văn hóa vùng miền và tăng cường sự tham gia của cộng đồng. Quyết định số 801/QĐ-TTg ngày 07/7/2022 về Chương trình bảo tồn và phát triển làng nghề Việt Nam giai đoạn 2021 - 2030 tiếp tục xác định việc gắn bảo tồn, phát triển làng nghề với du lịch là một định hướng trọng tâm. Đồng thời, Quyết định số 922/QĐ-TTg ngày 02/8/2022 về Chương trình phát triển du lịch nông thôn trong xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2021 - 2025 đã tạo thêm cơ sở chính sách cho việc khai thác giá trị làng nghề phục vụ phát triển du lịch. Điều đó cho thấy phát triển du lịch làng nghề không chỉ xuất phát từ nhu cầu của thị trường mà còn là yêu cầu cụ thể trong thực hiện các mục tiêu phát triển kinh tế nông thôn và bảo tồn văn hóa của Việt Nam.

Sau khi tỉnh Bình Định và tỉnh Gia Lai được sắp xếp để hình thành tỉnh Gia Lai mới theo Nghị quyết số 202/2025/QH15 ngày 12/6/2025, khu vực phía Đông tỉnh Gia Lai có vị trí và vai trò mới trong không gian phát triển kinh tế - du lịch của tỉnh. Khu vực này sở hữu hệ thống làng nghề phong phú, giàu giá trị lịch sử và văn hóa, tiêu biểu như làng nghề nón ngựa Phú Gia, rượu Bầu Đá, tiện gỗ mỹ nghệ Nhơn Hậu, dệt chiếu cói Chương Hòa cùng nhiều nghề thủ công truyền thống khác. Trong đó, nghề chằm nón ngựa Phú Gia có lịch sử hơn 300 năm và đã được đưa vào Danh mục di sản văn hóa phi vật thể quốc gia. Sự phân bố tương đối tập trung của các làng nghề, kết hợp với hệ thống tài nguyên văn hóa, lịch sử và cảnh quan của khu vực, tạo điều kiện thuận lợi để hình thành các tuyến, điểm và cụm sản phẩm du lịch có tính liên kết.

Bên cạnh nguồn tài nguyên làng nghề, sự tăng trưởng của thị trường du lịch cũng tạo ra dư địa đáng kể cho việc phát triển loại hình này. Năm 2024, tỉnh Bình Định trước đây đón hơn 9,2 triệu lượt khách, với tổng doanh thu du lịch ước đạt 25.500 tỷ đồng; lượng khách và doanh thu đều tăng mạnh so với năm 2023 (Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam, 2024). Kết quả này cho thấy khu vực phía Đông tỉnh Gia Lai có thị trường khách

tương đối lớn để phát triển các sản phẩm du lịch bổ trợ, kéo dài thời gian lưu trú và gia tăng mức chi tiêu của du khách. Đồng thời, việc khai thác hiệu quả tài nguyên làng nghề tại khu vực phía Đông còn có thể góp phần bổ sung sản phẩm văn hóa - trải nghiệm cho không gian du lịch sinh thái và văn hóa đặc trưng của khu vực phía Tây, từ đó tăng cường tính liên kết và bổ trợ trong phát triển du lịch toàn tỉnh.

Tuy nhiên, sự phát triển du lịch làng nghề tại khu vực phía Đông tỉnh Gia Lai hiện nay chưa tương xứng với tiềm năng và lợi thế sẵn có. Phần lớn làng nghề vẫn tập trung vào hoạt động sản xuất hoặc chỉ đón khách tham quan ở quy mô nhỏ; sản phẩm du lịch còn đơn điệu, thiếu chiều sâu trải nghiệm và chưa thể hiện rõ bản sắc riêng. Sự liên kết giữa cơ sở sản xuất, cộng đồng, doanh nghiệp lữ hành và cơ quan quản lý còn hạn chế; hạ tầng, dịch vụ hỗ trợ, nguồn nhân lực, hoạt động quảng bá và ứng dụng công nghệ chưa đáp ứng yêu cầu phát triển. Nhiều làng nghề đã được đưa vào các chương trình tham quan từ thành phố Quy Nhơn nhưng chủ yếu hoạt động riêng lẻ, thời gian lưu trú ngắn và mức chi tiêu của du khách còn thấp. Năm 2022, doanh thu của 42 làng nghề tham gia hoạt động du lịch chỉ đạt khoảng 618 tỷ đồng, trong khi thu nhập bình quân của lao động làng nghề khoảng 3,5 triệu đồng/người/tháng (Mỹ Bình, 2023). Thực trạng này phản ánh khoảng cách đáng kể giữa tiềm năng tài nguyên, quy mô thị trường du lịch và hiệu quả khai thác trên thực tế.

Về phương diện khoa học, các nghiên cứu trong và ngoài nước đã đề cập đến nhiều nội dung liên quan như bảo tồn nghề truyền thống, sinh kế cộng đồng, du lịch sáng tạo, hành vi của du khách, quản lý nhà nước và sự tham gia của các bên liên quan. Tuy nhiên, phần lớn các công trình mới tập trung vào từng khía cạnh hoặc từng nhóm yếu tố riêng biệt; số lượng nghiên cứu xây dựng một khung phân tích tổng thể về phát triển du lịch làng nghề còn hạn chế. Tại Việt Nam, nghiên cứu thực nghiệm chủ yếu được tiến hành ở những địa phương có làng nghề phát triển tại đồng bằng Bắc Bộ và Đông Nam Bộ, trong khi khu vực Nam Trung Bộ và Tây Nguyên chưa được quan tâm tương xứng. Đặc biệt, đến nay chưa có nhiều công trình nghiên cứu một cách hệ thống về phát triển du lịch làng nghề tại khu vực phía Đông tỉnh Gia Lai trong bối cảnh không gian hành chính và liên kết phát triển mới. Khoảng trống này làm hạn chế khả năng nhận diện đầy đủ các yếu tố tác động, giải thích nguyên nhân của sự chênh lệch giữa tiềm

năng và kết quả phát triển, cũng như cung cấp luận cứ khoa học cho việc hoạch định chính sách tại địa phương.

Từ những phân tích trên có thể khẳng định, nghiên cứu phát triển du lịch làng nghề tại khu vực phía Đông tỉnh Gia Lai là yêu cầu cấp thiết trên cả phương diện lý luận và thực tiễn. Nghiên cứu không chỉ góp phần bổ sung cơ sở khoa học về phát triển du lịch làng nghề trong điều kiện đặc thù của địa phương mà còn có ý nghĩa đối với việc bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa truyền thống, nâng cao thu nhập cho cộng đồng, đa dạng hóa sản phẩm du lịch và tăng cường liên kết giữa các không gian phát triển của tỉnh Gia Lai mới. Vì vậy, việc lựa chọn đề tài “Phát triển du lịch làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai” có ý nghĩa khoa học, thực tiễn và tính thời sự rõ nét.

1.2. MỤC TIÊU NGHIÊN CỨU

1.2.1. Mục tiêu chung

Trên cơ sở đánh giá thực trạng và phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai (địa bàn tỉnh Bình Định trước khi điều chỉnh đơn vị hành chính), từ đó đề xuất giải pháp nhằm thúc đẩy phát triển du lịch làng nghề trên địa bàn trong thời gian tới.

1.2.2. Mục tiêu cụ thể

- Hệ thống hóa và luận giải cơ sở lý luận, cơ sở thực tiễn về phát triển du lịch làng nghề;
- Đánh giá thực trạng phát triển du lịch làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai.
- Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai.
- Đề xuất định hướng và các giải pháp phát triển du lịch làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai trong thời gian tới.

1.3. ĐỐI TƯỢNG VÀ PHẠM VI NGHIÊN CỨU

1.3.1. Đối tượng nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu: là những vấn đề lý luận và thực tiễn về phát triển du lịch làng nghề.

Đối tượng khảo sát: Các chủ thể liên quan trực tiếp và gián tiếp đến phát triển du

lịch làng nghề, bao gồm: cơ quan quản lý nhà nước; doanh nghiệp/đơn vị lữ hành – dịch vụ; tổ chức/HTX; hộ sản xuất và nghệ nhân tại làng nghề; cộng đồng địa phương; khách du lịch; nhà đầu tư và các bên liên quan.

1.3.2. Phạm vi nghiên cứu

+ Phạm vi nội dung: Nghiên cứu tập trung đánh giá thực trạng phát triển du lịch làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai, phân tích các yếu tố tác động đến phát triển du lịch làng nghề, từ đó đề xuất các nhóm giải pháp chiến lược nhằm nâng cao hiệu quả khai thác du lịch làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai theo hướng bền vững, chuyển đổi từ mô hình sản xuất truyền thống sang tích hợp du lịch, tạo động lực thúc đẩy kinh tế - xã hội địa phương.

+ Phạm vi thời gian: Số liệu thứ cấp được tác giả thu thập trong giai đoạn 2019 - 2024. Số liệu điều tra sơ cấp được thu thập năm 2024 tại phía Đông tỉnh Gia Lai. Dựa trên kết quả phân tích, nghiên cứu đề xuất nhóm giải pháp thực hiện cho giai đoạn tiếp theo đến năm 2030 và tầm nhìn 2045.

+ Phạm vi không gian: Nghiên cứu thực hiện tại khu vực tỉnh Bình Định trước khi sáp nhập vào tỉnh Gia Lai hiện nay, luận án gọi là phía Đông tỉnh Gia Lai; các trích dẫn nguồn văn bản thứ cấp được giữ tên tại thời điểm ban hành; thực hiện khảo sát tại 08 làng nghề đặc trưng của khu vực.

1.3.3. Câu hỏi nghiên cứu

Nhằm đạt được các mục tiêu đã đề ra, nghiên cứu sẽ tập trung trả lời những câu hỏi sau:

- 1). Khái niệm, khung lý thuyết và khung phân tích nào phù hợp để nghiên cứu phát triển du lịch làng nghề cấp tỉnh/vùng?
- 2). Thực trạng phát triển du lịch làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai hiện nay như thế nào; kết quả đạt được, hạn chế ra sao?
- 3). Những yếu tố nào ảnh hưởng đến phát triển du lịch làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai và mức độ tác động của từng yếu tố ra sao?
- 4). Những giải pháp nào rút ra từ kết quả nghiên cứu để phát triển du lịch làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai?

1.4. NHỮNG ĐÓNG GÓP MỚI CỦA LUẬN ÁN

Về lý luận, luận án đã góp phần hoàn thiện cơ sở lý luận về phát triển du lịch làng nghề thông qua cách tiếp cận tích hợp giữa hoạt động sản xuất, cung ứng dịch vụ và trải nghiệm du lịch trong chuỗi giá trị thống nhất. Khác với nhiều nghiên cứu trước, luận án đề xuất cách tiếp cận mô hình du lịch làng nghề “*sản xuất kép*”, trong đó không gian sản xuất và không gian trải nghiệm cùng tồn tại và đồng thời tạo lập giá trị cho điểm đến. Trên cơ sở đó, luận án chỉ ra rằng các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch làng nghề không tác động độc lập mà hình thành một trật tự tác động mang tính thứ bậc, trong đó các điều kiện như hạ tầng và môi trường quyết định khả năng phát huy hiệu quả của các yếu tố còn lại. Kết quả này góp phần bổ sung cách nhìn về cơ chế tác động giữa các nhân tố trong phát triển DLLN.

Về phương pháp, luận án kết hợp giữa phương pháp nghiên cứu định tính và định lượng. Bằng việc phân tích nhân tố khám phá (EFA) và hồi quy tuyến tính đa biến, luận án đã lượng hóa được mức độ và thứ bậc tác động của các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch làng nghề trên địa bàn nghiên cứu, làm cơ sở khoa học để đề xuất các giải pháp có tính ưu tiên và tính khả thi cao.

Về thực tiễn, luận án đã phân tích và đánh giá thực trạng phát triển du lịch làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai trên các phương diện chủ yếu như quy hoạch và tổ chức không gian, phát triển sản phẩm và thị trường, nguồn lực đầu tư, nguồn nhân lực, liên kết và xúc tiến quảng bá. Ngoài ra, luận án cũng đã chỉ ra những yếu tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch làng nghề trên địa bàn thời gian qua; chỉ ra những rào cản cốt lõi đang cản trở sự phát triển. Trên cơ sở đó, nghiên cứu đề xuất những giải pháp thiết thực nhằm phát triển du lịch làng nghề trên địa bàn một cách hiệu quả và bền vững trong thời gian tới.

Luận án cũng là nguồn tài liệu có giá trị tham khảo cho các nhà hoạch định chính sách, nhà quản lý của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch, UBND tỉnh Gia Lai, Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Gia Lai, chính quyền các địa phương trên địa bàn nghiên cứu, các trường đại học, viện nghiên cứu kinh tế - xã hội và các cá nhân quan tâm.

1.5. Ý NGHĨA KHOA HỌC VÀ THỰC TIỄN

1.5.1. Ý nghĩa khoa học

Nghiên cứu góp phần hệ thống hóa, vận dụng và bổ sung cơ sở lý luận của kinh tế phát triển về PTDLLN, đồng thời đề xuất một số luận điểm và cách tiếp cận mới đối với vấn đề nghiên cứu. Những kết quả đạt được góp phần làm rõ hơn nội hàm, đặc điểm và các vấn đề lý luận liên quan đến PTDLLN, qua đó cung cấp cơ sở khoa học cho việc tiếp tục nghiên cứu và phát triển khung lý thuyết trong lĩnh vực này.

Bên cạnh đó, các sản phẩm khoa học của đề tài, bao gồm báo cáo luận án và các bài báo được công bố trên tạp chí chuyên ngành, góp phần bổ sung và làm phong phú hệ thống tài liệu tham khảo thuộc lĩnh vực kinh tế phát triển và du lịch. Đây là nguồn tài liệu học thuật tại các trường đại học, viện nghiên cứu, phục vụ hoạt động nghiên cứu, giảng dạy và học tập về du lịch và phát triển du lịch.

1.5.2. Ý nghĩa thực tiễn

Đề tài là một trong những công trình nghiên cứu có tính hệ thống về phát triển du lịch làng nghề tại khu vực phía Đông tỉnh Gia Lai. Kết quả nghiên cứu cung cấp cơ sở thực tiễn và những luận cứ khoa học có giá trị tham khảo đối với các địa phương có điều kiện kinh tế, văn hóa, xã hội và tài nguyên du lịch tương đồng trong quá trình xây dựng định hướng phát triển du lịch làng nghề.

Luận án đồng thời là nguồn tài liệu tham khảo cho các bộ, ban, ngành và cơ quan quản lý nhà nước, đặc biệt là Ủy ban nhân dân tỉnh Gia Lai và Sở Văn hóa, Thể thao và Du lịch tỉnh Gia Lai, trong quá trình hoạch định chính sách, xây dựng chương trình, kế hoạch và ban hành các giải pháp thúc đẩy phát triển du lịch làng nghề trên địa bàn trong thời gian tới.

Bên cạnh đó, hướng tiếp cận và kết quả nghiên cứu của đề tài có thể được sử dụng làm tài liệu phục vụ nghiên cứu, giảng dạy và học tập trong các lĩnh vực kinh tế phát triển, quản trị và du lịch. Các nhóm giải pháp được đề xuất trong luận án còn cung cấp căn cứ để các cơ quan, đơn vị, tổ chức, doanh nghiệp và cá nhân có liên quan lựa chọn, vận dụng phù hợp với điều kiện thực tiễn, qua đó góp phần nâng cao hiệu quả và bảo đảm tính bền vững của hoạt động phát triển du lịch làng nghề.

PHẦN 2. CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ PHÁT TRIỂN DU LỊCH LÀNG NGHỀ

2.1. TỔNG QUAN NGHIÊN CỨU

Trong khoảng hai thập niên gần đây, phát triển du lịch làng nghề đã trở thành chủ đề thu hút sự quan tâm ngày càng lớn của giới học thuật trong bối cảnh phát triển du lịch trải nghiệm, kinh tế sáng tạo và phát triển bền vững. Các nghiên cứu quốc tế và trong nước đã mở rộng đáng kể hiểu biết về vai trò của làng nghề đối với phát triển kinh tế địa phương, bảo tồn di sản văn hóa và đa dạng hóa sản phẩm du lịch. Tuy nhiên, cách tiếp cận nghiên cứu còn phân tán theo từng khía cạnh riêng biệt, trong khi mối quan hệ giữa sản xuất truyền thống, trải nghiệm du lịch và quản trị điểm đến vẫn chưa được lý giải một cách thống nhất.

Tổng hợp các công trình tiêu biểu cho thấy nghiên cứu về phát triển du lịch làng nghề có thể được phân thành bốn hướng tiếp cận chính: (i) giá trị kinh tế và các nhân tố ảnh hưởng; (ii) tổ chức không gian sản xuất và trải nghiệm du lịch; (iii) hành vi tiêu dùng và trải nghiệm của du khách; và (iv) thể chế, quản trị địa phương và nền tảng khái niệm. Mỗi hướng tiếp cận đã đóng góp những góc nhìn quan trọng, đồng thời vẫn để lại những khoảng trống nhất định cần tiếp tục nghiên cứu.

2.1.1. Giá trị kinh tế và các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch làng nghề

Phần lớn các nghiên cứu đầu tiên tập trung đánh giá đóng góp của du lịch làng nghề đối với tăng trưởng kinh tế địa phương, tạo việc làm và cải thiện sinh kế của cộng đồng. Hiroyuki (2012) cho thấy phát triển nghề thủ công truyền thống có thể tạo thêm nguồn thu nhập cho hộ gia đình và góp phần giảm nghèo tại Bhaktapur (Nepal). Theo hướng tiếp cận tương tự, Dhar & cs., (2025) chứng minh rằng nhận thức về bảo tồn văn hóa, bản sắc địa phương và sự tham gia của cộng đồng là những yếu tố quyết định sự phát triển của ngành thủ công tại Tây Bengal (Ấn Độ).

Ở Việt Nam, nhiều nghiên cứu đã chuyển từ mô tả sang lượng hóa các nhân tố ảnh hưởng. Trương Trí Thông (2021) xác định tám nhóm nhân tố tác động đến phát triển du lịch làng nghề tại Phú Quốc, trong khi Vũ Thị Hải Anh & Lâm Phạm Thị Hải Hà (2023) chỉ ra năm nhóm nhân tố chính tại Hà Nội, bao gồm sản phẩm, hạ tầng, nguồn

nhân lực, môi trường và an toàn. Những nghiên cứu này đã cung cấp bằng chứng thực nghiệm quan trọng về các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch làng nghề trong các bối cảnh khác nhau.

Tuy nhiên, phần lớn các nghiên cứu vẫn xem các nhân tố như những biến độc lập cần được xác định và xếp hạng mức độ ảnh hưởng. Cơ chế tương tác giữa các nhân tố trong quá trình hình thành và phát triển chuỗi giá trị du lịch làng nghề vẫn chưa được làm rõ, đặc biệt là mối quan hệ giữa điều kiện nền của điểm đến và khả năng phát huy các nguồn lực tạo giá trị khác biệt.

2.1.2. Tổ chức không gian sản xuất và trải nghiệm du lịch

Một hướng nghiên cứu khác tập trung vào tổ chức không gian làng nghề nhằm cân bằng giữa bảo tồn nghề truyền thống và khai thác du lịch. Các nghiên cứu của Ononuju (2015), Okonkwo & Oguamanam (2013) hay Abdou (2020) đều thống nhất rằng bảo tồn không gian sản xuất truyền thống là điều kiện tiên quyết để duy trì sức hấp dẫn của điểm đến. Tại Việt Nam, Nguyễn Khắc Hoàn & Lê Thị Kim Liên (2012) cũng nhấn mạnh vai trò của quy hoạch và quản lý nhà nước trong bảo tồn làng nghề gắn với phát triển du lịch.

Ở hướng tiếp cận đồng sáng tạo, các nghiên cứu gần đây, đặc biệt tại Indonesia, đã mở rộng cách nhìn về phát triển du lịch làng nghề từ khai thác tài nguyên sang sự tham gia phối hợp của nhiều chủ thể. Kartika & cs., (2020), khi nghiên cứu mô hình du lịch sáng tạo gắn với nghề tre, chỉ ra rằng việc ứng dụng các nền tảng trực tuyến góp phần nâng cao giá trị kinh tế và mở rộng thị trường cho làng nghề. Tuy nhiên, nghiên cứu chủ yếu tập trung vào hiệu quả kinh tế mà chưa làm rõ cơ chế tổ chức và điều phối quá trình đồng sáng tạo giữa cộng đồng, doanh nghiệp và chính quyền. Bổ sung cho khoảng trống này, Buchari & cs., (2024), nghiên cứu các làng nghề tại Bandung (Indonesia), khẳng định rằng sự phối hợp giữa chính quyền, doanh nghiệp và cộng đồng không chỉ nâng cao chất lượng trải nghiệm mà còn tăng khả năng thích ứng của điểm đến trước những tác động của đô thị hóa, qua đó nhấn mạnh vai trò của quản trị trong mô hình đồng sáng tạo. Tại Việt Nam, Thang Nguyen Phu & Hien Nguyen Thi Thu (2022) sử dụng kết hợp IPA và SERVQUAL để đánh giá chất lượng dịch vụ tại các làng nghề ở Đà Nẵng, chỉ ra khoảng cách giữa mức độ kỳ vọng và hiệu quả cung ứng dịch

vụ. Trong khi đó, Huong, Nguyen & cs., (2019) cùng Ta Thi Thanh Thuy & cs., (2018) tiếp cận từ góc độ thương hiệu điểm đến và chất lượng môi trường, góp phần bổ sung các khía cạnh quan trọng của năng lực cạnh tranh trong bối cảnh hội nhập.

Nhìn chung, các nghiên cứu ở hướng này vẫn thiên lệch về phía du khách hoặc phía tổ chức quản trị, thiếu kết nối với góc nhìn cộng đồng với tư cách chủ thể trực tiếp vận hành không gian sản xuất, cũng như cách không gian đó được sắp xếp để đồng thời phục vụ sản xuất và tiếp đón khách.

2.1.3. Hành vi tiêu dùng và trải nghiệm của du khách

Nhóm nghiên cứu này tập trung phân tích động cơ, hành vi tiêu dùng và mức độ hài lòng của du khách khi tham gia các hoạt động trải nghiệm làng nghề. Zhu & cs., (2023) cho thấy du khách ngày càng ưu tiên các sản phẩm mang tính xác thực và gắn với văn hóa địa phương. Tại Việt Nam, Trương Trí Thông & Lý Mỹ Tiên (2018), Vũ Thị Hương (2021) đều khẳng định chất lượng trải nghiệm, hoạt động quảng bá và hình ảnh điểm đến có ảnh hưởng đáng kể đến quyết định lựa chọn của du khách.

Tuy nhiên, các nghiên cứu chủ yếu xem hành vi tiêu dùng như kết quả của trải nghiệm mà chưa đặt trong mối quan hệ với quá trình tổ chức sản phẩm và vận hành chuỗi giá trị du lịch làng nghề. Vì vậy, mối liên hệ giữa nhu cầu thị trường, tổ chức trải nghiệm và năng lực cung ứng của cộng đồng vẫn chưa được giải thích đầy đủ.

2.1.4. Thể chế, quản trị địa phương và nền tảng khái niệm

Một hướng nghiên cứu quan trọng tập trung vào vai trò của thể chế và quản trị trong phát triển du lịch làng nghề. Ahmad (2005) cho rằng sự phát triển của du lịch làng nghề phụ thuộc vào việc hội tụ đồng thời các điều kiện về kinh tế, xã hội, văn hóa, cơ sở vật chất, môi trường tự nhiên và tính độc đáo của nghề truyền thống. Tiếp cận này được Gao & Wu (2017) mở rộng khi nhấn mạnh vai trò của Nhà nước trong việc nhận diện đúng giá trị của làng nghề và xây dựng các chính sách phù hợp nhằm định hướng phát triển điểm đến. Tuy nhiên, các nghiên cứu này chủ yếu dừng lại ở việc xác định vai trò của chính sách mà chưa làm rõ cơ chế thể chế và điều kiện quản trị cần thiết để các chính sách được triển khai hiệu quả ở cấp địa phương. Tại Việt Nam, vai trò điều phối của chính quyền địa phương trong phát triển du lịch làng nghề tiếp tục được khẳng định (Lê Thị Ngọc Lệ & cs., (2023)). Tuy nhiên, mối quan hệ giữa hoạt động du lịch, sự tham gia của cộng đồng và trải nghiệm của du khách vẫn chưa được phân tích đầy đủ.

Song song với các nghiên cứu thực nghiệm, nhiều công trình tổng quan gần đây cho thấy nền tảng khái niệm của phát triển du lịch làng nghề vẫn chưa đạt được sự thống nhất. Fernández Bellver & cs., (2023), trên cơ sở tổng hợp 1.379 công trình về nghề thủ công trong phát triển nông thôn giai đoạn 1954 - 2021, nhận định rằng khái niệm phát triển chủ yếu được tiếp cận dưới góc độ tăng trưởng kinh tế, trong khi các khía cạnh bảo tồn văn hóa, tổ chức không gian và phát triển cộng đồng chưa được tích hợp đầy đủ. Tương tự, Prados-Peña & cs., (2022), thông qua phân tích 894 nghiên cứu về nghề thủ công bền vững, chỉ ra rằng mặc dù cách tiếp cận đối với nghề thủ công đã có nhiều thay đổi theo thời gian, vẫn chưa hình thành một khung khái niệm thống nhất về phát triển du lịch làng nghề. Trong bối cảnh Việt Nam, Nguyễn Quang Vũ & Đoàn Thị Mỹ Hạnh (2024) cũng cho rằng khái niệm phát triển du lịch làng nghề hiện vẫn được vận dụng theo nhiều cách khác nhau tùy thuộc vào mục tiêu và phạm vi nghiên cứu.

Bên cạnh khoảng trống về lý luận, khoảng trống về bối cảnh nghiên cứu cũng còn khá rõ nét. Phần lớn các nghiên cứu tại Việt Nam tập trung ở Đồng bằng sông Hồng, Bắc Trung Bộ hoặc một số trung tâm du lịch phát triển, trong khi các nghiên cứu tại khu vực Nam Trung Bộ và Tây Nguyên còn rất hạn chế. Ngoài nghiên cứu của Vũ Đình Thuận (2024) về phát triển du lịch làng nghề vùng Duyên hải miền Trung, đến nay chưa có công trình nào phân tích một cách hệ thống các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch làng nghề tại tỉnh Gia Lai, đặc biệt là khu vực phía Đông của tỉnh. Đây chính là khoảng trống thực tiễn mà luận án hướng tới bổ sung.

2.1.5. Khoảng trống nghiên cứu và định hướng nghiên cứu của luận án

Mặc dù các nghiên cứu trước đã tiếp cận phát triển du lịch làng nghề dưới nhiều góc độ khác nhau, từ giá trị kinh tế, tổ chức không gian, hành vi du khách đến quản trị và chính sách, song các kết quả nghiên cứu vẫn còn phân tán theo từng chủ đề riêng biệt. Việc tổng hợp các dòng nghiên cứu là cần thiết nhằm làm rõ những kết quả đã được khẳng định, các hạn chế còn tồn tại và khoảng trống nghiên cứu cần tiếp tục giải quyết. Trên cơ sở đó, luận án xác định định hướng kế thừa và phát triển phù hợp với mục tiêu nghiên cứu.

Thứ nhất, về lý luận, phần lớn các nghiên cứu tiếp cận du lịch làng nghề theo từng khía cạnh riêng lẻ như bảo tồn văn hóa, phát triển sinh kế, hành vi du khách hoặc quản

trị điểm đến, trong khi còn thiếu một khung phân tích tích hợp phản ánh đồng thời mối quan hệ giữa hoạt động sản xuất, trải nghiệm du lịch và sự tham gia của các chủ thể trong chuỗi giá trị du lịch làng nghề.

Thứ hai, về phương pháp, đa số nghiên cứu mới tập trung xác định hoặc xếp hạng các nhân tố ảnh hưởng, nhưng chưa làm rõ cơ chế tác động và sự tương tác giữa các nhân tố trong quá trình phát triển du lịch làng nghề. Điều này làm hạn chế khả năng giải thích vì sao cùng một nhóm nguồn lực nhưng hiệu quả phát triển giữa các địa phương vẫn có sự khác biệt đáng kể.

Bảng 2.1. Tổng hợp các dòng nghiên cứu về phát triển du lịch làng nghề và định hướng tiếp cận của luận án

STT	Dòng nghiên cứu	Tác giả tiêu biểu	Phát hiện chính & hạn chế	Định hướng kế thừa của luận án
1	Giá trị kinh tế, sinh kế và các nhân tố ảnh hưởng	Hiroyuki (2012); Dhar & cs. (2025); Trương Trí Thông (2021); Vũ Thị Hải Anh & Lâm Phạm Thị Hải Hà (2023)	Đã lượng hóa được giá trị kinh tế và các nhân tố ảnh hưởng đến DLLN ở nhiều bối cảnh khác nhau, nhưng dừng ở liệt kê, xếp hạng nhân tố; chưa lý giải cơ chế tương tác giữa các nhân tố trong chuỗi giá trị; chưa đánh giá năng lực thích ứng của cộng đồng theo thời gian	Kế thừa việc lượng hóa nhân tố ảnh hưởng (qua EFA - hồi quy), đồng thời bổ sung phân tích thực trạng định tính để làm rõ cơ chế tương tác giữa các nhân tố trong chuỗi giá trị DLLN tại địa bàn nghiên cứu
2	Tổ chức không gian sản xuất và trải nghiệm du lịch (bảo tồn di sản & đồng sáng tạo)	Ononuju (2015); Okonkwo & Oguamanam (2013); Abdou (2020); Nguyễn Khắc Hoàn & Lê Thị Kim Liên (2012); Kartika & cs. (2020); Buchari & cs. (2024); Thang	Khẳng định vai trò nền tảng của bảo tồn di sản và giá trị của đồng sáng tạo (co-creation) trong tổ chức sản phẩm du lịch, nhưng chưa chỉ ra cơ chế tổ chức không gian cụ thể để đồng thời bảo tồn, sản xuất và khai thác du lịch; các nghiên cứu thiên	Kế thừa vai trò bảo tồn di sản làm nền tảng và cách tiếp cận đồng sáng tạo, đồng thời phân tích cụ thể thực trạng tổ chức không gian sản xuất - trải nghiệm tại các làng nghề khảo sát

STT	Dòng nghiên cứu	Tác giả tiêu biểu	Phát hiện chính & hạn chế	Định hướng kế thừa của luận án
		Nguyen Phu & Hien Nguyen Thi Thu (2022); Huong, Nguyen & cs. (2019); Ta Thi Thanh Thuy & cs. (2018)	lệch về phía du khách hoặc phía quản trị, thiếu góc nhìn về cách không gian sản xuất và không gian phục vụ khách được sắp xếp trên thực tế	phía Đông tỉnh Gia Lai
3	Hành vi tiêu dùng và sự hài lòng của du khách	Zhu & cs. (2023); Trương Trí Thông & Lý Mỹ Tiên (2018); Vũ Thị Hường (2021)	Nhận diện được vai trò của thị hiếu, động cơ trải nghiệm và mức độ hài lòng, nhưng chưa phân tách nhóm khách; chưa gắn hành vi tiêu dùng với logic sản phẩm - trải nghiệm - thị trường mà chỉ dừng ở đề xuất giải pháp tổng quát	Kế thừa việc xem xét động cơ, thị hiếu du khách như một yếu tố ảnh hưởng, tích hợp vào mô hình các nhân tố tác động đến PTDLLN thay vì nghiên cứu độc lập
4	Chính sách, quản trị địa phương và nền tảng khái niệm	Ahmad (2005); Gao & Wu (2017); Lê Thị Ngọc Lệ & cs. (2023); Fernández Bellver & cs. (2023); Prados- Peña & cs. (2022); Nguyễn Quang Vũ & Đoàn Thị Mỹ Hạnh (2024)	Làm rõ vai trò Nhà nước và cộng đồng, nhưng dừng ở khuyến nghị chung, chưa rõ điều kiện thể chế cụ thể để triển khai ở cấp địa phương; đồng thời bản thân khái niệm PTDLLN chưa thống nhất giữa các trường phái, "phát triển" thường bị hiểu hẹp là tăng trưởng kinh tế; nghiên cứu tại Tây Nguyên và Nam Trung Bộ còn rất hạn chế	Xây dựng khái niệm PTDLLN theo hướng tích hợp, đồng thời đưa thể chế - chính sách và sự tham gia cộng đồng vào mô hình định lượng chính thức tại địa bàn nghiên cứu

Nguồn: tác giả tổng hợp

Thứ ba, về bối cảnh nghiên cứu, các nghiên cứu thực nghiệm chủ yếu được triển khai tại những địa bàn có du lịch làng nghề phát triển tương đối ổn định hoặc tập trung vào từng điểm đến riêng lẻ. Trong khi đó, các nghiên cứu về phát triển du lịch làng nghề

theo cách tiếp cận liên kết vùng tại khu vực Tây Nguyên và Nam Trung Bộ vẫn còn rất hạn chế, đặc biệt đối tỉnh Gia Lai mà cụt hể là khu vực phía Đông tỉnh Gia Lai.

Xuất phát từ các khoảng trống trên, luận án được định vị theo ba hướng tiếp cận chủ yếu. Thứ nhất, xây dựng khung nghiên cứu phát triển du lịch làng nghề theo hướng tích hợp, xem xét đồng thời mối quan hệ giữa không gian sản xuất, hoạt động du lịch và các chủ thể tham gia trong chuỗi giá trị. Thứ hai, áp dụng phương pháp nghiên cứu hỗn hợp, kết hợp phân tích định tính với EFA và hồi quy tuyến tính đa biến nhằm vừa lượng hóa mức độ ảnh hưởng của các nhân tố, vừa giải thích cơ chế tác động của chúng trong bối cảnh nghiên cứu. Thứ ba, trên cơ sở kết quả thực nghiệm, đề xuất hệ thống giải pháp và kiến nghị chính sách theo hướng tăng cường liên kết chuỗi giá trị, nâng cao năng lực điểm đến và phát triển du lịch làng nghề bền vững tại khu vực phía Đông tỉnh Gia Lai.

2.2. CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ PHÁT TRIỂN DU LỊCH LÀNG NGHỀ

2.2.1. Một số khái niệm trong nghiên cứu

2.2.1.1. *Khái niệm về du lịch*

Du lịch là một khái niệm được tiếp cận dưới nhiều góc độ khác nhau và chưa có sự thống nhất hoàn toàn trong cách định nghĩa do tính chất đa ngành và phạm vi hoạt động rộng của lĩnh vực này (Burns & Holden, 1995; Martin Merino, 2021). Theo Tổ chức Du lịch Thế giới (UNWTO, 2008), du lịch là hiện tượng xã hội, văn hóa và kinh tế gắn với sự di chuyển của con người ra khỏi môi trường sống thường xuyên nhằm phục vụ các mục đích cá nhân hoặc nghề nghiệp, đồng thời phát sinh các hoạt động tiêu dùng và dịch vụ liên quan đến chuyến đi. Leiper (1979) cho rằng du lịch không chỉ liên quan đến hành vi di chuyển của khách du lịch mà còn bao gồm hệ thống các hoạt động và tác động của ngành du lịch đối với môi trường kinh tế, xã hội và văn hóa tại điểm đến. Trong khi đó, Macintosh & Goeldner (2010) nhấn mạnh du lịch là hoạt động đi lại và lưu trú ngoài nơi cư trú thường xuyên trong khoảng thời gian không quá một năm với các mục đích như nghỉ ngơi, giải trí, công tác và trải nghiệm.

Ở Việt Nam, Luật Du lịch năm 2017 xác định du lịch là các hoạt động gắn với chuyến đi của con người ngoài nơi cư trú thường xuyên trong thời gian không quá một năm liên tục nhằm đáp ứng nhu cầu tham quan, nghỉ dưỡng, giải trí, tìm hiểu và khám

phá tài nguyên du lịch. Dưới góc độ kinh tế, Nguyễn Văn Đính & Trần Minh Hòa (2006) cho rằng du lịch là ngành kinh tế tổng hợp bao gồm các hoạt động tổ chức, cung ứng và tiêu dùng sản phẩm, dịch vụ phục vụ khách du lịch. Thái Doãn Hồng (2022) cũng nhìn nhận du lịch như một hoạt động kinh doanh gắn với cung cấp dịch vụ lưu trú, ăn uống, tham quan và giải trí cho du khách.

Dựa trên kế thừa và phát triển các khái niệm trong và ngoài nước, nghiên cứu này định nghĩa: *Du lịch là một hoạt động xã hội, văn hóa và kinh tế thường xuyên, trong đó con người di chuyển đến các địa điểm khác với môi trường sống thường ngày của họ trong một khoảng thời gian nhất định. Hoạt động này phục vụ các mục đích như giải trí, nghỉ dưỡng, tham quan, tìm hiểu và khám phá, đồng thời bao gồm các dịch vụ và sản phẩm do các doanh nghiệp cung cấp nhằm đáp ứng nhu cầu của khách du lịch.*

2.2.1.2. Khái niệm về khách du lịch

Theo Luật du lịch 2017, “*Khách du lịch là người đi du lịch hoặc kết hợp đi du lịch, trừ trường hợp đi học, làm việc để nhận thu nhập ở nơi đến*”. Theo đó, khách du lịch bao gồm: khách du lịch nội địa, khách du lịch quốc tế đến Việt Nam và khách du lịch ra nước ngoài. Cụ thể, các loại khách du lịch này được định nghĩa như sau: (1) Khách du lịch nội địa là công dân Việt Nam; (2) Khách du lịch quốc tế đến Việt Nam là người nước ngoài, người Việt Nam định cư ở nước ngoài vào Việt Nam du lịch; (3) Khách du lịch ra nước ngoài là công dân Việt Nam và người nước ngoài cư trú ở Việt Nam đi du lịch nước ngoài.

Khách du lịch, xét trong bối cảnh kinh tế, văn hóa và xã hội, không chỉ là những người thụ hưởng các sản phẩm và dịch vụ mà còn là nhân tố chính đóng góp vào sự phát triển của ngành du lịch thông qua các hoạt động tiêu dùng, tương tác văn hóa và quảng bá điểm đến. Việc phân loại rõ ràng các nhóm khách du lịch giúp hiểu sâu hơn về hành vi, động lực và nhu cầu của từng nhóm, từ đó hỗ trợ phát triển các chiến lược tiếp thị, quản lý và quy hoạch du lịch hiệu quả.

2.2.1.3. Khái niệm về làng nghề

Hiện nay có nhiều cách tiếp cận khác nhau về khái niệm “làng nghề”, nhưng chưa có định nghĩa thống nhất hoàn toàn (Nguyễn Minh Phương & Đồng Thị Hương, 2020; Vu Minh Hieu & Ida, 2017). Các nghiên cứu nhìn chung đều cho rằng làng nghề là một

thiết chế kinh tế – xã hội đặc thù ở khu vực nông thôn, hình thành trên cơ sở mối liên kết giữa cộng đồng dân cư với hoạt động nghề thủ công hoặc nghề truyền thống.

Theo Trần Quốc Vượng (1996), làng nghề là làng có một nghề thủ công nổi trội, có đội ngũ thợ thủ công chuyên hoặc bán chuyên nghiệp, có quy trình sản xuất tương đối ổn định và sản phẩm được lưu thông trên thị trường. Bùi Văn Vượng (2002), Nguyễn Trọng Hiếu (2015) và Trần Minh YẾN (2003) đều cho rằng làng nghề là một thiết chế kinh tế - xã hội tồn tại trong một không gian địa lý xác định, trong đó nhiều hộ dân sống bằng nghề thủ công và có mối liên kết về kinh tế, xã hội và văn hóa. Nguyễn Ngọc Anh (2014) nhấn mạnh làng nghề là hình thức tổ chức sản xuất và sinh hoạt cộng đồng ở nông thôn, nơi phần lớn cư dân cùng tham gia một hoặc một số hoạt động nghề nghiệp nhất định. Trong khi đó, Nguyễn Thị Bích Thủy (2015) cho rằng làng nghề là những làng có nghề phi nông nghiệp chiếm ưu thế về số hộ, lao động và thu nhập so với hoạt động nông nghiệp truyền thống.

Dưới góc độ quản lý nhà nước, Nghị định số 52/2018/NĐ-CP của Chính phủ xác định làng nghề là một hoặc nhiều cụm dân cư cấp thôn, làng, bản hoặc các điểm dân cư tương tự có tham gia hoạt động ngành nghề nông thôn, trong đó tối thiểu 20% số hộ trên địa bàn tham gia hoạt động nghề và hoạt động sản xuất được duy trì ổn định trong ít nhất hai năm liên tục. Nguyễn Xuân Hoàn (2021) và Phùng Văn Thành (2022) tiếp tục nhấn mạnh đặc trưng tập trung nghề thủ công, tính ổn định của hoạt động sản xuất và mối liên kết trong tổ chức sản xuất - kinh doanh tại làng nghề.

Trên cơ sở kế thừa và phát triển các định nghĩa trước đây, khái niệm làng nghề được sử dụng trong luận án như sau: *làng nghề là một cộng đồng dân cư gắn kết, tập trung sản xuất và kinh doanh một hoặc nhiều ngành nghề truyền thống, được thực hiện bằng kỹ thuật sản xuất độc đáo, tạo ra các sản phẩm mang giá trị văn hóa và kinh tế, đồng thời đóng góp tích cực vào sự phát triển kinh tế - xã hội của địa phương.*

2.2.1.4. Khái niệm về du lịch làng nghề

Du lịch làng nghề được hình thành trên cơ sở khai thác các giá trị văn hóa, lịch sử và hoạt động sản xuất của làng nghề phục vụ nhu cầu tham quan, trải nghiệm và tiêu dùng của du khách. Các nghiên cứu cho rằng làng nghề không chỉ là không gian sản xuất thủ công truyền thống mà còn là không gian văn hóa - xã hội đặc thù có khả

năng tham gia vào hoạt động du lịch (Thi Thanh & cs., 2022; Vu Minh Hieu & Ida Rašovská, 2017; Đoàn Mạnh Cường, 2020).

Theo Bùi Văn Vượng (2002), làng nghề truyền thống là trung tâm sản xuất thủ công với sự tham gia của nghệ nhân và các hộ gia đình có chung nghề tổ, quy tắc nghề và cơ chế truyền nghề. Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn (2006) cho rằng Nghề truyền thống là nghề đã được hình thành từ lâu đời, tạo ra những sản phẩm độc đáo, có tính riêng biệt, được lưu truyền và phát triển đến ngày nay hoặc có nguy cơ bị mai một, thất truyền. Trên cơ sở đó, du lịch làng nghề được hình thành từ sự liên kết giữa không gian làng nghề, hoạt động dịch vụ du lịch và nhu cầu trải nghiệm của du khách (Trương Trí Thông, 2021).

Nhiều nghiên cứu cho thấy DLLN không chỉ tạo thêm việc làm và thu nhập cho người dân địa phương mà còn góp phần quảng bá sản phẩm, bảo tồn nghề truyền thống và duy trì các giá trị văn hóa bản địa (Ngô Thanh Loan & Lê Hữu Nghĩa, 2021; Tran Thi Ngoc Lan & cs., 2022). Hoạt động này thường bao gồm tham quan quy trình sản xuất, trải nghiệm nghề thủ công, mua sắm sản phẩm làng nghề, thưởng thức ẩm thực và tìm hiểu đời sống văn hóa cộng đồng địa phương (Vu Minh Hieu & Ida Rašovská, 2017).

Từ các quan điểm trên, luận án định nghĩa: *du lịch làng nghề là loại hình du lịch kết hợp giữa tham quan, trải nghiệm và học hỏi về văn hóa, kỹ thuật sản xuất thủ công truyền thống tại các làng nghề. Du khách không chỉ tham gia các hoạt động ngắm cảnh, mua sắm mà còn tìm hiểu về lịch sử, giá trị văn hóa và các quy trình sản xuất tại làng nghề.* Loại hình du lịch này mang lại lợi ích kinh tế cho địa phương, bảo tồn và tôn vinh các giá trị văn hóa truyền thống, nâng cao vai trò kinh tế - xã hội của làng nghề trong bối cảnh hiện đại

2.2.1.5. Khái niệm về phát triển, phát triển du lịch, phát triển du lịch làng nghề

a. Khái niệm về phát triển

Phát triển được hiểu là một quá trình vận động lâu dài, liên tục theo hướng hoàn thiện, thể hiện qua sự gia tăng, mở rộng và hiện thực hóa tiềm năng của các nguồn lực (Đinh Phi Hồ & cs., 2008; Paul & Sarkar, 2020). Quá trình này phản ánh sự chuyển biến tích cực cả về lượng và chất, từ thấp đến cao, từ đơn giản đến phức tạp, gắn với sự hài

hòa giữa các mục tiêu kinh tế, chính trị, văn hóa - xã hội và môi trường (Bùi Trọng Tiến Bảo, 2024; Nguyễn Công Nam, 2024).

Trên cơ sở kế thừa và phát triển các khái niệm về phát triển, nghiên cứu đề xuất khái niệm mới về phát triển như sau: *“Phát triển là một quá trình vận động lâu dài, liên tục và hướng tới sự hoàn thiện ngày càng cao hơn, thể hiện qua việc gia tăng, mở rộng hoặc hiện thực hóa tiềm năng. Quá trình này phản ánh sự chuyển biến tích cực cả về lượng và chất từ không có đến có, từ ít đến nhiều, từ đơn điệu đến đa dạng, từ chất lượng thấp đến chất lượng cao, từ kém hoàn thiện đến hoàn thiện hơn, đồng thời đảm bảo sự kết hợp hài hòa giữa các mục tiêu kinh tế, chính trị, văn hóa - xã hội và môi trường”*. Khái niệm này không chỉ nhấn mạnh sự vận động và tiến bộ về mặt vật chất mà còn bao gồm cả sự thay đổi về mặt giá trị, văn hóa, và mối liên hệ bền vững giữa con người và môi trường, phù hợp với bối cảnh phát triển toàn diện trong bối cảnh hiện đại.

b. Khái niệm về phát triển du lịch

Phát triển du lịch (PTDL) là quá trình gia tăng cả về quy mô và chất lượng của các hoạt động du lịch, gắn với sự vận động của các mối quan hệ kinh tế - xã hội phát sinh từ nhu cầu di chuyển và tiêu dùng du lịch (Mill & Morrison, 1985; Dương Hoàng Hương, 2017). Quá trình này bao gồm việc khai thác hiệu quả các nguồn lực tại điểm đến, thu hút đầu tư, đa dạng hóa sản phẩm và nâng cao chất lượng dịch vụ nhằm đáp ứng ngày càng tốt hơn nhu cầu của du khách (Vũ Văn Đông, 2014; Trần Xuân Quang, 2020).

Phát triển du lịch còn thể hiện ở sự tham gia ngày càng tích cực của các chủ thể liên quan, nó yêu cầu đảm bảo hài hòa giữa tăng trưởng kinh tế, lợi ích xã hội và bảo vệ môi trường (Nguyễn Công Đệ, 2022; Bùi Trọng Tiến Bảo, 2024).

Nghiên cứu đã tổng hợp và phát triển khái niệm về phát triển du lịch như sau: *“Phát triển du lịch là quá trình quy hoạch, đầu tư và tổ chức hoạt động du lịch nhằm gia tăng quy mô và hiệu quả, đồng thời nâng cao chất lượng dịch vụ, năng lực cạnh tranh và mức độ hài lòng của du khách; bảo vệ và duy trì tính toàn vẹn các nguồn tài nguyên du lịch; qua đó tạo việc làm, tăng thu nhập và cải thiện phúc lợi cộng đồng, bảo đảm mang lại hiệu quả kinh tế, văn hóa - xã hội và môi trường”*. Khái niệm này nhấn mạnh cả khía cạnh định lượng (tăng trưởng) và định tính (bền vững, hài hòa), phù hợp với mục tiêu phát triển toàn diện và lâu dài của ngành du lịch.

c. Khái niệm về phát triển du lịch làng nghề

Phát triển du lịch làng nghề (PTDLLN) gắn với việc khai thác các giá trị kinh tế, văn hóa và xã hội của làng nghề nhằm tạo việc làm, tăng thu nhập và ổn định đời sống nông thôn (Le Minh Ngo & Trịnh Duy Anh, 2021; Vu Minh Hieu & Ida Rašovská, 2017). Điều này đòi hỏi các điều kiện phù hợp về kinh tế, văn hóa, môi trường và chính sách hỗ trợ từ Nhà nước nhằm thúc đẩy sự tham gia của cộng đồng và khai thác hiệu quả tiềm năng du lịch (Ahmad, 2005; Gao & Wu, 2017).

Phát triển du lịch làng nghề còn được xem là quá trình tổ chức và nâng cấp các hoạt động dịch vụ, trải nghiệm và sản phẩm nhằm đáp ứng nhu cầu du khách, gia tăng giá trị tại điểm đến và hỗ trợ tiêu thụ sản phẩm làng nghề (Nguyễn Quang Vũ & Trần Thị Tú Nhi, 2021; Vu Minh Hieu & Ida Rašovská, 2017). Mô hình này tích hợp các yếu tố sản xuất, dịch vụ và đời sống cộng đồng trong một không gian du lịch thống nhất (Arismayanti & cs., 2019).

Bên cạnh đó, phát triển du lịch làng nghề đóng vai trò quan trọng trong bảo tồn giá trị truyền thống, tăng cường xuất khẩu sản phẩm và nâng cao sức hấp dẫn của điểm đến (Luong, 2006; Vũ Thị Hải Anh & Lâm Phạm Thị Hải Hà, 2023).

Trên cơ sở kế thừa các khái niệm về phát triển du lịch, phát triển làng nghề, du lịch làng nghề và phát triển du lịch làng nghề của các tác giả trong và ngoài nước. Trong nghiên cứu này, tác giả đề xuất khái niệm phát triển du lịch làng nghề như sau: *“Phát triển du lịch làng nghề là quá trình hoàn thiện, tổ chức và điều phối các hoạt động du lịch dựa trên không gian văn hóa và hoạt động nghề của làng nghề, nhằm hình thành và nâng cấp sản phẩm du lịch làng nghề; thu hút du khách tham quan, trải nghiệm, tiêu dùng, gia tăng giá trị tại điểm đến, đồng thời bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa, tri thức nghề và bản sắc cộng đồng. Quá trình này bao gồm phát triển hạ tầng - dịch vụ, chuẩn hóa chất lượng và nhân lực, tăng cường liên kết chuỗi giá trị, xúc tiến - thương hiệu - chuyển đổi số, gắn với bảo vệ môi trường, bảo đảm an toàn và cơ chế tham gia - chia sẻ lợi ích minh bạch, hướng tới hiệu quả và phát triển bền vững.”* Khái niệm này nhấn mạnh sự phối hợp đa chiều, vừa đảm bảo tính bền vững trong bảo tồn di sản văn hóa, vừa thúc đẩy sự phát triển kinh tế toàn diện của các làng nghề trong bối cảnh hiện đại.

2.2.2. Vai trò và đặc điểm của phát triển du lịch làng nghề

2.2.2.1. Vai trò của phát triển du lịch làng nghề

Phát triển du lịch làng nghề không chỉ là quá trình khai thác các giá trị của nghề truyền thống để phục vụ hoạt động du lịch mà còn là một phương thức phát triển kinh tế - xã hội dựa trên nền tảng văn hóa bản địa. Khác với phát triển làng nghề theo hướng mở rộng sản xuất hàng hóa, phát triển du lịch làng nghề tạo ra giá trị gia tăng thông qua sự kết hợp giữa sản xuất, dịch vụ và trải nghiệm văn hóa. Vì vậy, vai trò của phát triển du lịch làng nghề không chỉ được thể hiện ở hiệu quả kinh tế mà còn lan tỏa trên các phương diện văn hóa, xã hội và phát triển không gian lãnh thổ.

Trên phương diện kinh tế, phát triển du lịch làng nghề góp phần tạo việc làm và nâng cao thu nhập cho cộng đồng địa phương, đặc biệt là lao động nông thôn và lao động thủ công trong thời gian nông nhàn (Nguyễn Như Bình, 2017). Hoạt động du lịch tạo thêm nhu cầu đối với sản phẩm thủ công, dịch vụ trải nghiệm, lưu trú, ẩm thực và các dịch vụ hỗ trợ, qua đó mở rộng cơ hội sinh kế và đa dạng hóa nguồn thu nhập của người dân. Đồng thời, sự phát triển của du lịch làng nghề góp phần thúc đẩy chuyển dịch cơ cấu kinh tế nông thôn theo hướng gia tăng tỷ trọng thương mại và dịch vụ, giảm dần sự phụ thuộc vào sản xuất nông nghiệp, phù hợp với định hướng công nghiệp hóa, hiện đại hóa nông thôn (Trần Văn Cửa & Hoàng Thị Việt Hà, 2025). Đối với nhiều làng nghề truyền thống, hoạt động du lịch còn góp phần nâng cao giá trị gia tăng của sản phẩm thủ công mỹ nghệ, mở rộng thị trường tiêu thụ và gia tăng đóng góp vào phát triển kinh tế địa phương cũng như xuất khẩu (Nguyễn Quang Vũ & Trần Thị Tú Nhi, 2021).

Trên phương diện văn hóa, phát triển du lịch làng nghề tạo cơ chế gắn kết giữa bảo tồn và khai thác giá trị di sản. Nếu như trước đây việc duy trì nghề truyền thống chủ yếu dựa vào nhu cầu sản xuất và tiêu dùng của cộng đồng thì trong điều kiện phát triển du lịch, các giá trị văn hóa được chuyển hóa thành nguồn lực phục vụ phát triển kinh tế. Thông qua hoạt động tham quan, trải nghiệm và giao lưu với nghệ nhân, các tri thức nghề truyền thống, phong tục, tập quán, lễ hội và bản sắc văn hóa địa phương được giới thiệu, lưu truyền và phát huy giá trị trong đời sống đương đại (Bùi Văn Vượng, 2002). Quan trọng hơn, lợi ích kinh tế từ du lịch tạo động lực để cộng đồng địa phương chủ động bảo tồn nghề truyền thống, gìn giữ không gian văn hóa và truyền dạy kỹ năng nghề

cho thể hệ kế cận, qua đó hình thành mối quan hệ tương hỗ giữa phát triển du lịch và bảo tồn di sản.

Trên phương diện xã hội và phát triển lãnh thổ, phát triển du lịch làng nghề góp phần thúc đẩy liên kết giữa các ngành, các địa phương và các chủ thể trong chuỗi giá trị du lịch. Việc đưa làng nghề trở thành điểm đến trong các tuyến du lịch tạo động lực để đầu tư hạ tầng giao thông, cơ sở lưu trú, dịch vụ công cộng và các tiện ích phục vụ du khách, đồng thời tăng cường sự kết nối giữa làng nghề với doanh nghiệp lữ hành, các điểm du lịch và cộng đồng dân cư (Trần Văn Cửa & Hoàng Thị Việt Hà, 2025). Quá trình này không chỉ nâng cao chất lượng môi trường sống của người dân mà còn góp phần thu hẹp khoảng cách phát triển giữa khu vực nông thôn và đô thị, tạo tiền đề cho phát triển nông thôn theo hướng bền vững.

Như vậy, phát triển du lịch làng nghề tạo ra hệ thống giá trị tổng hợp trên cả ba phương diện kinh tế, văn hóa và xã hội. Các giá trị này không tồn tại độc lập mà bổ trợ cho nhau, trong đó lợi ích kinh tế tạo động lực cho bảo tồn văn hóa, còn bản sắc văn hóa trở thành nguồn lực cốt lõi để nâng cao sức hấp dẫn và năng lực cạnh tranh của điểm đến. Chính vai trò đa chiều đó đã khẳng định phát triển du lịch làng nghề không chỉ là hoạt động phát triển du lịch đơn thuần mà còn là một phương thức phát triển địa phương dựa trên khai thác bền vững các giá trị văn hóa truyền thống.

2.2.2.2. Đặc điểm của phát triển du lịch làng nghề

Phát triển du lịch làng nghề là một loại hình phát triển đặc thù, được hình thành trên cơ sở tích hợp giữa hoạt động sản xuất nghề truyền thống với hoạt động du lịch. So với các loại hình du lịch khác, phát triển du lịch làng nghề không chỉ hướng tới khai thác tài nguyên phục vụ tham quan mà còn gắn với quá trình bảo tồn, phát huy các giá trị văn hóa và tạo sinh kế cho cộng đồng địa phương. Chính đặc điểm này tạo nên sự khác biệt của du lịch làng nghề trong hệ thống các loại hình du lịch văn hóa.

Đặc điểm nổi bật đầu tiên là sự thống nhất giữa hoạt động sản xuất và hoạt động du lịch. Khác với các điểm du lịch được xây dựng chuyên biệt để phục vụ khách tham quan, tại làng nghề, hoạt động sản xuất vẫn diễn ra thường xuyên và đồng thời trở thành tài nguyên phục vụ trải nghiệm của du khách. Quy trình chế tác, không gian sản xuất, sản phẩm thủ công và đời sống của cộng đồng đều là những yếu tố cấu thành trải nghiệm

du lịch. Vì vậy, sự phát triển của du lịch làng nghề luôn gắn liền với khả năng duy trì hoạt động sản xuất nghề truyền thống và bảo tồn không gian văn hóa bản địa (Nguyễn Lan Hương, 2020; Phạm Hồng Long & Lê Thị Thanh Huyền, 2022).

Đặc điểm thứ hai là sản phẩm du lịch mang tính tổng hợp và trải nghiệm cao. Giá trị của sản phẩm du lịch làng nghề không chỉ được tạo nên từ sản phẩm thủ công mà còn bao gồm toàn bộ chuỗi trải nghiệm như tham quan quy trình sản xuất, trực tiếp thực hành nghề, giao lưu với nghệ nhân, thưởng thức văn hóa địa phương và sử dụng các dịch vụ hỗ trợ. Do đó, sức hấp dẫn của điểm đến không phụ thuộc riêng vào chất lượng hàng hóa mà còn phụ thuộc vào khả năng tổ chức trải nghiệm và tạo sự tương tác giữa du khách với cộng đồng địa phương (Nguyễn Phước Quý Quang, 2013; Phạm Thị Bích Thủy & cs., 2024).

Đặc điểm thứ ba là cộng đồng địa phương giữ vai trò trung tâm trong quá trình phát triển. Khác với nhiều loại hình du lịch mà doanh nghiệp là chủ thể tổ chức chính, trong du lịch làng nghề, cộng đồng vừa là chủ sở hữu các giá trị văn hóa, vừa là chủ thể tạo ra sản phẩm, trực tiếp cung cấp dịch vụ và bảo tồn nghề truyền thống. Vì vậy, mức độ tham gia và sự đồng thuận của cộng đồng có ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng trải nghiệm, khả năng duy trì bản sắc văn hóa cũng như tính bền vững của hoạt động du lịch. Ngược lại, nếu cộng đồng tham gia hạn chế hoặc quá trình khai thác thiên về mục tiêu thương mại ngắn hạn, các giá trị văn hóa truyền thống có nguy cơ bị mai một và làm giảm sức hấp dẫn của điểm đến (Okonkwo & Oguamanam, 2013; Lê Thị Ngọc Lê & cs., 2023).

Đặc điểm thứ tư là sự cân bằng giữa bảo tồn và phát triển. Phát triển du lịch làng nghề không hướng tới khai thác tối đa các giá trị văn hóa mà đòi hỏi sự hài hòa giữa mục tiêu phát triển kinh tế với yêu cầu bảo tồn di sản. Điều này đặt ra yêu cầu vừa duy trì tính xác thực của nghề truyền thống, vừa đổi mới phương thức tổ chức sản phẩm, nâng cao chất lượng dịch vụ và thích ứng với nhu cầu ngày càng đa dạng của thị trường du lịch. Nói cách khác, phát triển du lịch làng nghề là quá trình kết hợp giữa giá trị truyền thống và phương thức quản trị hiện đại nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh nhưng không làm mất đi bản sắc của điểm đến (Hiroyuki, 2012; Zhu & cs., 2023).

Đặc điểm cuối cùng là tính liên ngành và liên kết cao. Phát triển du lịch làng nghề

không chỉ phụ thuộc vào bản thân làng nghề mà còn đòi hỏi sự phối hợp của nhiều chủ thể như cơ quan quản lý nhà nước, doanh nghiệp lữ hành, cơ sở lưu trú, đơn vị vận chuyển, các tổ chức hỗ trợ và cộng đồng địa phương. Đồng thời, hoạt động này cần được gắn kết với các điểm du lịch khác trong khu vực để hình thành các tuyến và chuỗi giá trị du lịch hoàn chỉnh, qua đó nâng cao khả năng cạnh tranh của điểm đến.

Từ những đặc điểm trên có thể thấy, phát triển du lịch làng nghề không đơn thuần là mở rộng hoạt động du lịch tại các làng nghề mà là quá trình tích hợp giữa bảo tồn giá trị văn hóa, tổ chức sản phẩm du lịch, sự tham gia của cộng đồng và thích ứng với nhu cầu thị trường. Chính những đặc điểm này tạo nên sự khác biệt của du lịch làng nghề so với các loại hình du lịch khác, đồng thời là cơ sở để xác định các điều kiện và nội dung phát triển du lịch làng nghề.

2.2.2.3. Điều kiện phát triển du lịch làng nghề

Phát triển du lịch làng nghề chỉ có thể thực hiện hiệu quả khi hội tụ đầy đủ các điều kiện cần thiết về tài nguyên, tổ chức, nguồn lực và thể chế. Các điều kiện này không tồn tại độc lập mà có mối quan hệ hỗ trợ lẫn nhau, tạo thành nền tảng để chuyển hóa các giá trị của làng nghề thành sản phẩm du lịch có khả năng cạnh tranh và phát triển bền vững. Thiếu một trong những điều kiện cơ bản, quá trình PTDL làng nghề sẽ gặp nhiều hạn chế, làm giảm khả năng thu hút khách du lịch cũng như hiệu quả khai thác các giá trị văn hóa truyền thống.

Điều kiện nền tảng trước hết là nguồn tài nguyên du lịch làng nghề, bao gồm các giá trị văn hóa lịch sử, nghề thủ công truyền thống và cảnh quan đặc trưng của địa phương. Đây là cơ sở hình thành bản sắc và sức hấp dẫn của điểm đến, đồng thời là nguồn lực cốt lõi để xây dựng các sản phẩm du lịch mang tính khác biệt. Theo Trương Trí Thông (2021), công nghệ và kỹ thuật sản xuất thủ công, sự tinh xảo của sản phẩm, cùng với hệ thống phong tục, tín ngưỡng, lễ hội truyền thống và không gian văn hóa của làng nghề là những thành tố quan trọng tạo nên giá trị đặc trưng, góp phần nâng cao sức cạnh tranh của điểm đến du lịch.

Bên cạnh tài nguyên, sự tham gia của cộng đồng địa phương là điều kiện quyết định khả năng duy trì và phát triển du lịch làng nghề theo hướng bền vững. Cộng đồng không chỉ là chủ thể bảo tồn nghề truyền thống và tạo ra các sản phẩm thủ công mà còn

trực tiếp tham gia tổ chức các hoạt động trải nghiệm, giới thiệu văn hóa bản địa và cung cấp các dịch vụ phục vụ du khách. Mức độ tham gia tích cực của cộng đồng góp phần nâng cao tính xác thực của trải nghiệm, đồng thời tạo động lực để người dân gắn lợi ích kinh tế với bảo tồn các giá trị văn hóa truyền thống.

Một điều kiện quan trọng khác là hệ thống cơ sở hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ du lịch. Khả năng tiếp cận điểm đến, chất lượng giao thông, hệ thống lưu trú, dịch vụ ăn uống, bãi đỗ xe, biển chỉ dẫn, thông tin du lịch cũng như các dịch vụ hỗ trợ về y tế, an ninh và thông tin liên lạc ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng trải nghiệm của du khách và năng lực phục vụ của điểm đến (Nguyễn Trọng Hiếu, 2015). Đồng thời, nguồn nhân lực có trình độ chuyên môn, kỹ năng nghề nghiệp và hiểu biết về văn hóa địa phương, cùng với nguồn nguyên liệu ổn định và chất lượng sản phẩm làng nghề, tạo điều kiện để duy trì hoạt động sản xuất và cung ứng các sản phẩm, dịch vụ du lịch một cách ổn định.

Ở cấp độ quản trị, thể chế và chính sách của Nhà nước giữ vai trò tạo lập môi trường thuận lợi cho phát triển du lịch làng nghề. Thông qua quy hoạch không gian, cơ chế ưu đãi đầu tư, hỗ trợ tín dụng, đào tạo nguồn nhân lực và bảo tồn di sản văn hóa, Nhà nước định hướng và điều tiết quá trình phát triển theo hướng hiệu quả và bền vững (Ahmad, 2005; Gao & Wu, 2017). Trên cơ sở đó, hiệu quả của các chính sách chỉ được phát huy khi có sự phối hợp đồng bộ giữa chính quyền địa phương, cộng đồng làng nghề và các chủ thể tham gia hoạt động du lịch.

Song song với đó, liên kết giữa các chủ thể trong chuỗi giá trị du lịch là điều kiện quan trọng để đưa sản phẩm du lịch làng nghề tiếp cận thị trường. Sự phối hợp giữa cơ sở sản xuất, nghệ nhân, doanh nghiệp lữ hành, đơn vị cung ứng dịch vụ, cơ quan quản lý và cộng đồng địa phương tạo điều kiện hình thành các tuyến, điểm và chương trình du lịch ổn định, đồng thời nâng cao hiệu quả quảng bá và tiêu thụ sản phẩm. Ngược lại, nếu thiếu cơ chế liên kết, hoạt động du lịch thường diễn ra manh mún, tự phát và khó tạo ra giá trị gia tăng cho địa phương (Lê Thị Ngọc Lê & cs., 2023).

Trong bối cảnh chuyển đổi mô hình phát triển hiện nay, chuyển đổi số và chuyển đổi xanh đang trở thành những điều kiện mới, góp phần nâng cao năng lực cạnh tranh của du lịch làng nghề. Chuyển đổi số hỗ trợ các làng nghề ứng dụng công nghệ trong quản lý, quảng bá, cung cấp thông tin và kết nối với thị trường, qua đó mở rộng khả

năng tiếp cận khách du lịch và nâng cao hiệu quả kinh doanh (Zhu & cs., 2023). Trong khi đó, chuyển đổi xanh hướng tới sử dụng tài nguyên hiệu quả, giảm thiểu ô nhiễm môi trường, bảo tồn cảnh quan và gìn giữ các giá trị văn hóa trong quá trình phát triển du lịch (Gao & Wu, 2017). Hai quá trình này có mối quan hệ hỗ trợ lẫn nhau: chuyển đổi số tạo điều kiện lan tỏa hình ảnh và giá trị của điểm đến, còn chuyển đổi xanh tạo nền tảng cho sự phát triển bền vững và nâng cao uy tín của du lịch làng nghề trong dài hạn.

Từ những phân tích trên có thể thấy, phát triển du lịch làng nghề là kết quả của sự hội tụ đồng thời nhiều nhóm điều kiện, từ tài nguyên, cộng đồng, hạ tầng và nguồn nhân lực đến thể chế, liên kết và các xu hướng phát triển mới. Chỉ khi các điều kiện này được phát triển một cách đồng bộ và có sự hỗ trợ lẫn nhau thì các giá trị của làng nghề mới có thể được chuyển hóa thành sản phẩm du lịch có sức hấp dẫn, đáp ứng nhu cầu thị trường và tạo động lực cho phát triển kinh tế – xã hội theo hướng bền vững.

2.2.3. Nội dung nghiên cứu về phát triển du lịch làng nghề

2.2.3.1. Quy hoạch và tổ chức không gian phát triển du lịch làng nghề

Quy hoạch và tổ chức không gian giữ vai trò định hướng khai thác các nguồn lực và tổ chức hoạt động du lịch theo hướng hiệu quả, bền vững. Đối với du lịch làng nghề, quy hoạch không chỉ bố trí không gian sản xuất mà còn bảo đảm sự hài hòa giữa bảo tồn giá trị văn hóa truyền thống với phát triển du lịch, tạo nền tảng để hình thành sản phẩm và nâng cao sức hấp dẫn của điểm đến. Vai trò này cũng được nhấn mạnh trong Nghị quyết số 08-NQ/TW (2017) và Quyết định số 801/QĐ-TTg (2022) khi xác định phát triển du lịch gắn với bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa.

Nội dung quy hoạch cần hướng tới tổ chức hợp lý không gian sản xuất, không gian trải nghiệm, khu trưng bày, khu dịch vụ và hệ thống hạ tầng hỗ trợ nhằm hạn chế xung đột giữa sản xuất, sinh hoạt và hoạt động du lịch. Đồng thời, quy hoạch cần bảo tồn các yếu tố tạo nên bản sắc của làng nghề như kiến trúc truyền thống, cảnh quan, di sản văn hóa và không gian nghề; tổ chức các tuyến tham quan, điểm trải nghiệm và hoạt động văn hóa phù hợp với nhu cầu của du khách. Việc thiếu quy hoạch đồng bộ có thể dẫn đến phát triển tự phát, làm giảm chất lượng trải nghiệm, gia tăng áp lực môi trường và suy giảm giá trị văn hóa của điểm đến (Đinh Xuân Nghiêm & cs., 2010; Thanh Yến, 2022).

Bên cạnh đó, quy hoạch cần đặt trong mối liên kết với hệ thống du lịch của địa phương và vùng, đồng thời gắn kết giữa vùng nguyên liệu, khu sản xuất, khu trải nghiệm và hệ thống dịch vụ nhằm hình thành chuỗi giá trị du lịch làng nghề. Cách tiếp cận này không chỉ nâng cao tính xác thực của trải nghiệm mà còn tạo cơ sở để phát triển các sản phẩm du lịch có khả năng cạnh tranh trên thị trường (Đinh Xuân Nghiệm & cs., 2010).

Như vậy, quy hoạch và tổ chức không gian tạo nền tảng cho quá trình chuyển hóa các giá trị của làng nghề thành sản phẩm du lịch. Trên cơ sở đó, phát triển sản phẩm và thị trường quyết định khả năng khai thác hiệu quả tiềm năng của điểm đến.

2.2.3.2. Phát triển sản phẩm và thị trường du lịch làng nghề

Phát triển sản phẩm và thị trường là nội dung trung tâm của quá trình phát triển du lịch làng nghề, phản ánh quá trình chuyển hóa các giá trị nghề truyền thống thành sản phẩm du lịch đáp ứng nhu cầu của du khách và tạo lợi thế cạnh tranh cho điểm đến. Trong quá trình này, sản phẩm du lịch là yếu tố tạo ra giá trị cung ứng, trong khi thị trường định hướng việc thiết kế, hoàn thiện và đổi mới sản phẩm. Hai nội dung này có mối quan hệ tương hỗ, bởi nhu cầu thị trường thúc đẩy đổi mới sản phẩm, còn chất lượng và sức hấp dẫn của sản phẩm quyết định khả năng thu hút và mở rộng thị trường (Nguyễn Lan Hương, 2020; Thanh Yên, 2022).

Cần phân biệt sản phẩm làng nghề và sản phẩm du lịch làng nghề, bởi đây là hai khái niệm có liên quan nhưng không đồng nhất. Sản phẩm làng nghề là các hàng hóa và dịch vụ được tạo ra từ hoạt động sản xuất nghề truyền thống, được đánh giá thông qua chất lượng, sản lượng, doanh thu, mức độ tiêu chuẩn hóa và khả năng tiêu thụ trên thị trường hàng hóa (Đinh Xuân Nghiệm & cs., 2010). Ngược lại, sản phẩm du lịch làng nghề được hình thành khi các giá trị vật thể và phi vật thể của làng nghề được tổ chức thành trải nghiệm phục vụ du khách. Ngoài sản phẩm thủ công, sản phẩm du lịch còn bao gồm các hoạt động tham quan, trải nghiệm nghề, giao lưu với nghệ nhân, khám phá văn hóa bản địa và các dịch vụ hỗ trợ. Do đó, giá trị của sản phẩm du lịch không chỉ nằm ở hàng hóa hữu hình mà còn được tạo nên bởi chất lượng trải nghiệm, mức độ tương tác và tính xác thực văn hóa mà du khách cảm nhận trong suốt chuyến đi (Nguyễn Lan Hương, 2020).

Sự tồn tại của một sản phẩm làng nghề có giá trị chưa đồng nghĩa với việc làng nghề đã hình thành được sản phẩm du lịch. Quá trình chuyển hóa này đòi hỏi sự kết hợp giữa tổ chức không gian, thiết kế hoạt động trải nghiệm, phát triển dịch vụ hỗ trợ, đầu tư cơ sở hạ tầng và tăng cường liên kết giữa nghệ nhân, cộng đồng với doanh nghiệp lữ hành và các chủ thể trong chuỗi giá trị du lịch. Vì vậy, phát triển sản phẩm du lịch làng nghề không được hiểu là phát triển hàng hóa của làng nghề mà là nâng cao khả năng chuyển hóa các giá trị của làng nghề thành những trải nghiệm du lịch có sức hấp dẫn và khả năng cạnh tranh trên thị trường.

Phát triển sản phẩm cần được thực hiện đồng thời với phát triển thị trường thông qua việc nghiên cứu nhu cầu của từng phân khúc khách và hoàn thiện sản phẩm phù hợp với đặc điểm tiêu dùng. Theo đó, khách nội địa thường quan tâm đến tính trải nghiệm, sự thuận tiện và chi phí hợp lý, trong khi khách quốc tế chú trọng tính xác thực văn hóa, chiều sâu trải nghiệm và giá trị di sản. Vì vậy, phát triển sản phẩm và thị trường cần hướng tới đa dạng hóa trải nghiệm, nâng cao chất lượng dịch vụ, xây dựng thương hiệu và định vị sản phẩm phù hợp với từng phân khúc khách, qua đó nâng cao năng lực cạnh tranh và giá trị gia tăng của điểm đến du lịch làng nghề (Nguyễn Lan Hương, 2020; Thanh Yên, 2022).

Như vậy, phát triển sản phẩm và thị trường là quá trình chuyển hóa các giá trị của làng nghề thành sản phẩm du lịch có khả năng cạnh tranh trên thị trường. Để quá trình này được thực hiện hiệu quả, cần tiếp tục huy động và phát triển các nguồn lực phục vụ du lịch làng nghề, tạo điều kiện cho sản phẩm được hình thành, vận hành và phát triển bền vững.

2.2.3.3. Huy động nguồn lực đầu tư phục vụ du lịch làng nghề

Phát triển nguồn lực phục vụ du lịch làng nghề là quá trình huy động, đầu tư và sử dụng hiệu quả các nguồn lực nhằm tạo điều kiện cho hoạt động du lịch được tổ chức và phát triển bền vững. Nếu quy hoạch và tổ chức không gian tạo nền tảng, còn phát triển sản phẩm và thị trường quyết định khả năng khai thác, thì nguồn lực là yếu tố bảo đảm các hoạt động đó được triển khai trên thực tế.

Nguồn lực phục vụ du lịch làng nghề bao gồm nguồn lực tài chính, cơ sở vật chất, hạ tầng kỹ thuật, công nghệ và các điều kiện hỗ trợ khác. Trong đó, nguồn lực tài

chính giữ vai trò quan trọng trong đầu tư nâng cấp cơ sở sản xuất, hoàn thiện hạ tầng, phát triển không gian trải nghiệm, cải thiện chất lượng dịch vụ và ứng dụng công nghệ trong quản lý, quảng bá điểm đến (Đào Cao Sơn, 2023; Thanh YẾN, 2022). Bên cạnh đầu tư cho sản xuất, phát triển du lịch làng nghề đòi hỏi đầu tư đồng bộ vào các hạng mục phục vụ du lịch như khu trải nghiệm, khu trưng bày, hệ thống thông tin, chuyển đổi số và các dịch vụ hỗ trợ nhằm nâng cao chất lượng phục vụ và trải nghiệm của du khách.

Việc huy động và sử dụng hiệu quả các nguồn lực cần được thực hiện thông qua sự kết hợp giữa nguồn vốn của Nhà nước, doanh nghiệp, cộng đồng và các chính sách tín dụng hỗ trợ. Nguồn lực được đầu tư đầy đủ và phân bổ hợp lý không chỉ nâng cao năng lực cung ứng dịch vụ mà còn tạo điều kiện để chuyển hóa tiềm năng của làng nghề thành năng lực cạnh tranh của điểm đến du lịch.

2.2.3.4. Đào tạo và phát triển nguồn nhân lực du lịch làng nghề

Đào tạo và phát triển nguồn nhân lực là nội dung quan trọng trong phát triển du lịch làng nghề, bởi chất lượng dịch vụ và trải nghiệm của du khách phụ thuộc trực tiếp vào năng lực của những người tham gia cung ứng sản phẩm du lịch. Khác với nhiều loại hình du lịch khác, nguồn nhân lực trong du lịch làng nghề không chỉ bao gồm lao động trong các cơ sở kinh doanh du lịch mà còn bao gồm nghệ nhân, hộ sản xuất và cộng đồng địa phương, những chủ thể trực tiếp gìn giữ, truyền tải và khai thác các giá trị văn hóa của làng nghề (Nguyễn Văn Đỉnh & Trần Thị Minh Hòa, 2006).

Phát triển nguồn nhân lực là quá trình nâng cao số lượng, chất lượng và cơ cấu lao động phù hợp với yêu cầu phát triển du lịch. Đối với du lịch làng nghề, điều này không chỉ thể hiện ở trình độ chuyên môn và kỹ năng nghề mà còn ở khả năng giao tiếp, tổ chức hoạt động trải nghiệm, am hiểu văn hóa địa phương, phong cách phục vụ và khả năng thích ứng với nhu cầu của thị trường. Vì vậy, phát triển nguồn nhân lực cần được thực hiện thông qua đào tạo, bồi dưỡng kỹ năng nghề, kỹ năng phục vụ du lịch và nâng cao năng lực quản lý, tổ chức trải nghiệm cho lao động tại làng nghề. Đây là cơ sở để nâng cao chất lượng sản phẩm, cải thiện trải nghiệm của du khách và tăng năng lực cạnh tranh của du lịch làng nghề.

Bên cạnh nguồn nhân lực làm du lịch trực tiếp, mức độ chủ động tham gia của

cộng đồng địa phương vào bảo tồn bản sắc văn hóa và tổ chức trải nghiệm cũng là điều kiện quan trọng để phát triển du lịch làng nghề bền vững (Tosun, 1999).

Như vậy, nguồn nhân lực là chủ thể trực tiếp tạo ra giá trị của sản phẩm du lịch làng nghề. Tuy nhiên, để nguồn lực này phát huy hiệu quả, cần có sự phối hợp giữa các bên liên quan thông qua cơ chế liên kết và xúc tiến phát triển điểm đến.

2.2.3.5. Tăng cường liên kết trong phát triển du lịch làng nghề

Liên kết là nội dung bảo đảm quá trình phát triển du lịch làng nghề được tổ chức thống nhất, mở rộng khả năng tiếp cận thị trường và nâng cao năng lực cạnh tranh của điểm đến. Do du lịch làng nghề là ngành kinh tế tổng hợp, sản phẩm du lịch được hình thành từ sự kết hợp giữa tài nguyên văn hóa, hoạt động sản xuất, dịch vụ du lịch và cộng đồng địa phương, nên quá trình phát triển đòi hỏi sự phối hợp chặt chẽ giữa chính quyền, doanh nghiệp, cơ sở sản xuất, nghệ nhân và cộng đồng dân cư (Nguyễn Công Độ, 2022; Cao Trí Dũng, 2020).

Liên kết được thực hiện cả theo không gian và theo chuỗi giá trị, bao gồm liên kết giữa các làng nghề, giữa làng nghề với các điểm du lịch, doanh nghiệp lữ hành và các chủ thể cung ứng dịch vụ nhằm hình thành các tuyến, điểm và sản phẩm du lịch có tính bổ trợ. Thông qua liên kết, các bên có thể chia sẻ nguồn lực, phối hợp đầu tư, phát triển sản phẩm, đào tạo nguồn nhân lực và mở rộng thị trường, góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ và giá trị của điểm đến (Phạm Thái Thủy & Lê Văn Huệ, 2021; Phạm Xuân Hậu & Trịnh Văn Anh, 2012).

Nội dung liên kết trong luận án bao hàm cả khía cạnh quản trị điểm đến là cách thức phân bổ vai trò, trách nhiệm và cơ chế phối hợp giữa chính quyền, doanh nghiệp và cộng đồng trong quá trình tổ chức liên kết, chứ không tách thành một nội dung độc lập, vì bản chất quản trị trong du lịch làng nghề gắn liền và được thực hiện thông qua chính các cơ chế liên kết giữa các chủ thể.

Như vậy, liên kết là nội dung kết nối các nguồn lực rời rạc tại từng làng nghề thành một hệ thống cung ứng thống nhất. Trên cơ sở đó, xúc tiến quảng bá và xây dựng thương hiệu là bước tiếp theo giúp đưa sản phẩm đã được kết nối đến với thị trường.

2.2.3.6. Xúc tiến quảng bá và xây dựng thương hiệu du lịch làng nghề

Xúc tiến quảng bá và xây dựng thương hiệu giữ vai trò kết nối sản phẩm với thị trường, là bước hoàn thiện quá trình phát triển du lịch làng nghề. Các hoạt động quảng

bá, truyền thông, ứng dụng nền tảng số, xây dựng hình ảnh và định vị thương hiệu giúp nâng cao mức độ nhận diện của điểm đến, thu hút khách du lịch và gia tăng giá trị của sản phẩm du lịch làng nghề. Thương hiệu không chỉ phản ánh chất lượng sản phẩm mà còn thể hiện bản sắc văn hóa, uy tín và khả năng cạnh tranh của điểm đến trên thị trường. Định hướng này cũng được nhấn mạnh trong Quyết định số 801/QĐ-TTg (2022) thông qua các chính sách hỗ trợ xúc tiến thương mại, phát triển thương hiệu và quảng bá sản phẩm làng nghề gắn với phát triển du lịch.

Như vậy, xúc tiến quảng bá và xây dựng thương hiệu là nội dung hoàn thiện quá trình phát triển du lịch làng nghề, góp phần mở rộng thị trường, nâng cao năng lực cạnh tranh của điểm đến và tạo nền tảng cho phát triển bền vững.

2.2.4. Kết quả phát triển du lịch làng nghề

Kết quả phát triển du lịch làng nghề là những giá trị đạt được sau quá trình huy động và tổ chức các nguồn lực nhằm khai thác giá trị của làng nghề phục vụ phát triển du lịch. Đây là biểu hiện đầu ra của quá trình phát triển, phản ánh mức độ chuyển hóa các nguồn lực, chính sách và hoạt động phát triển thành các lợi ích về kinh tế, văn hóa, xã hội và môi trường. Vì vậy, kết quả phát triển không chỉ phản ánh quy mô tăng trưởng mà còn thể hiện chất lượng và tính bền vững của quá trình phát triển du lịch làng nghề (Đình Xuân Nghiêm & cs., 2010).

Về kinh tế, phát triển du lịch làng nghề góp phần đa dạng hóa nguồn thu nhập của cộng đồng, tạo việc làm, mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm làng nghề và gia tăng giá trị các hoạt động dịch vụ như lưu trú, ăn uống, vận chuyển, hướng dẫn và mua sắm. Khi chuỗi giá trị du lịch được hình thành, làng nghề không chỉ thực hiện chức năng sản xuất mà còn trở thành điểm đến trong mạng lưới du lịch của địa phương và vùng, qua đó nâng cao giá trị gia tăng của sản phẩm và năng lực cạnh tranh của điểm đến (Đình Xuân Nghiêm & cs., 2010).

Về phương diện văn hóa - xã hội, phát triển du lịch làng nghề góp phần bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa truyền thống thông qua việc duy trì nghề thủ công, tôn vinh nghề nhân, tổ chức các hoạt động trình diễn, trải nghiệm nghề và giao lưu văn hóa. Đồng thời, quá trình này tạo động lực truyền nghề cho thế hệ trẻ, nâng cao sự tham gia của cộng đồng và củng cố bản sắc văn hóa địa phương trong phát triển du lịch (Nguyễn Trọng Hiếu, 2015).

Về phương diện phát triển bền vững, kết quả phát triển còn được thể hiện ở khả năng gìn giữ cảnh quan, cải thiện môi trường, nâng cao hình ảnh và sức hấp dẫn của điểm đến, đồng thời bảo đảm sự hài hòa giữa mục tiêu phát triển kinh tế với bảo tồn văn hóa và bảo vệ môi trường. Nếu quá trình phát triển chỉ chú trọng khai thác lợi ích kinh tế trước mắt mà thiếu kiểm soát, làng nghề có thể đối mặt với nguy cơ thương mại hóa, suy giảm tính xác thực của di sản và gia tăng áp lực lên môi trường cũng như đời sống cộng đồng (Nguyễn Trọng Hiếu, 2015).

Như vậy, kết quả phát triển du lịch làng nghề thường được đánh giá thông qua các chỉ tiêu về kinh tế, văn hóa - xã hội và phát triển bền vững. Xét rộng hơn, các chỉ tiêu này chủ yếu phản ánh kết quả từ góc độ quản lý và phía cung của điểm đến, chưa phản ánh đầy đủ chất lượng mà khách du lịch trực tiếp cảm nhận trong quá trình trải nghiệm.

Trong nghiên cứu về du lịch, chất lượng phát triển của điểm đến được nhìn nhận không chỉ từ góc độ nhà quản lý mà còn từ phía người sử dụng dịch vụ. Theo Pizam & cs., (1978), chất lượng của sản phẩm và dịch vụ du lịch chỉ có thể được đánh giá đầy đủ thông qua cảm nhận của khách du lịch, chủ thể trực tiếp trải nghiệm toàn bộ quá trình cung ứng dịch vụ. Nói cách khác, những nỗ lực về quy hoạch, đầu tư hạ tầng, phát triển sản phẩm, đào tạo nguồn nhân lực hay xúc tiến quảng bá chỉ thực sự tạo ra giá trị khi được chuyển hóa thành trải nghiệm tích cực của du khách.

Lập luận này được củng cố bởi lý thuyết kỳ vọng - cảm nhận (Expectancy-Disconfirmation Theory) của Oliver (1980). Theo lý thuyết này, trước chuyến đi, du khách hình thành những kỳ vọng nhất định về điểm đến; sau khi trải nghiệm, họ sẽ so sánh kết quả thực tế với kỳ vọng ban đầu và từ đó hình thành mức độ hài lòng (Oliver, 1980; Pizam & Milman, 1993). Vì vậy, sự hài lòng phản ánh mức độ mà các hoạt động phát triển du lịch đã đáp ứng được nhu cầu và mong đợi của thị trường.

Nhiều nghiên cứu cũng khẳng định sự hài lòng là thước đo tổng hợp phản ánh chất lượng phát triển của điểm đến. Theo Yoon & Uysal (2005), sự hài lòng không chỉ phản ánh chất lượng trải nghiệm hiện tại mà còn ảnh hưởng trực tiếp đến ý định quay trở lại và hành vi giới thiệu điểm đến cho người khác; đồng thời là kết quả tổng hợp của toàn bộ quá trình cung ứng dịch vụ, từ tài nguyên, sản phẩm, hạ tầng, nguồn nhân lực đến chất lượng tổ chức và quản lý điểm đến (Chen & Chen, 2010).

Từ những lập luận trên, luận án lựa chọn hai kết quả đầu ra của mô hình nghiên cứu có tính bổ sung cho nhau. Kết quả phát triển du lịch làng nghề phản ánh khía cạnh phát triển của điểm đến dưới góc độ kinh tế, văn hóa, xã hội và môi trường; trong khi sự hài lòng của du khách phản ánh chất lượng phát triển thông qua cảm nhận của thị trường. Việc kết hợp đồng thời hai kết quả này giúp đánh giá toàn diện hơn hiệu quả phát triển du lịch làng nghề, không chỉ ở quy mô và năng lực phát triển của điểm đến mà còn ở mức độ chuyển hóa các hoạt động phát triển thành giá trị thực sự đối với du khách.

2.2.5. Các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch làng nghề

Trong các nghiên cứu về du lịch làng nghề, các yếu tố ảnh hưởng đến sự phát triển được phân loại theo nhiều cách tiếp cận khác nhau. Ở Việt Nam, Vũ thị Hải Anh & Lâm Thị Hải Hà (2023) xác định 5 nhóm yếu tố tác động đến du lịch làng nghề truyền thống tại Hà Nội, gồm: sản phẩm làng nghề, cơ sở hạ tầng, con người, vệ sinh - môi trường và an toàn - an ninh. Ở cấp độ tổng quan rộng hơn, Nguyễn Quang Vũ & cs., (2025) thông qua nghiên cứu tổng quan 554 công trình nghiên cứu quốc tế về du lịch bền vững tại làng nghề, chỉ ra bảy nhóm chủ đề nghiên cứu chính từ quản lý môi trường, phát triển kinh tế xã hội đến quản trị và chính sách điểm đến, phản ánh đa chiều của các yếu tố tác động. Nghiên cứu này xác định 7 yếu tố được coi là phù hợp với địa bàn nghiên cứu, trên cơ sở kế thừa 5 yếu tố ở khung phân tích trong nước và bổ sung hai khía cạnh được nhấn mạnh trong tổng quan quốc tế là sự tham gia của cộng đồng và thể chế - chính sách, làm cơ sở cho mô hình nghiên cứu này.

2.2.5.1. Sản phẩm du lịch làng nghề

Tài nguyên văn hóa và đặc trưng nghề truyền thống là nền tảng tạo nên bản sắc sản phẩm và nội dung trải nghiệm của du lịch làng nghề, được xem là lõi cạnh tranh, quyết định sức hấp dẫn của điểm đến. Làng nghề không chỉ được khai thác như một điểm đến trải nghiệm, mà còn là nguồn cung cấp sản phẩm hỗ trợ như hàng lưu niệm và quà tặng phục vụ nhu cầu mua sắm của du khách (Vũ Văn Viện, 2021). Theo Wondirad & cs., (2022), khi nghiên cứu các làng nghề thủ công tại Ethiopia, việc đưa hàng thủ công trở thành sản phẩm du lịch cốt lõi giúp gia tăng thu nhập và củng cố bản sắc văn hóa cho nghề nhân, song đồng thời đặt ra thách thức về khả năng tiếp cận thị trường và năng lực tổ chức sản xuất quy mô nhỏ.

Trong du lịch làng nghề, sản phẩm không chỉ là hàng hóa thủ công hữu hình, mà còn là sự kết hợp giữa không gian làng nghề, quy trình sản xuất, kỹ năng thủ công, câu chuyện văn hóa và sự tương tác giữa du khách với cộng đồng địa phương, phù hợp với quan điểm của UNWTO (2019) về sản phẩm du lịch như một tổ hợp các yếu tố hữu hình và vô hình xoay quanh một trung tâm. Nghiên cứu của Nguyen Phu & Nguyen Thi Thu (2022) tại các làng nghề truyền thống Đà Nẵng cho thấy chất lượng dịch vụ du lịch làng nghề phụ thuộc không chỉ vào chất lượng sản phẩm thủ công, mà còn vào mức độ tổ chức trải nghiệm và năng lực diễn giải văn hóa của điểm đến, một phát hiện có thể áp dụng trực tiếp cho bối cảnh các làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai.

Xét trên phương diện du lịch, không phải mọi giá trị văn hóa của làng nghề đều dễ dàng chuyển hóa thành trải nghiệm du lịch. Theo Đinh Xuân Nghiêm & cs., (2010), yếu tố truyền thống của làng nghề cần được kết hợp với các yếu tố hiện đại như khoa học công nghệ và yêu cầu của thị trường, nhằm vừa bảo tồn bản sắc vừa nâng cao khả năng thích ứng. Các chuẩn mực văn hóa, phong tục và đạo đức nghề nghiệp trong một số trường hợp giúp duy trì tính xác thực của sản phẩm, nhưng ở những trường hợp khác lại có thể trở thành rào cản đối với đổi mới nếu không có sự điều chỉnh phù hợp.

Về mặt lý thuyết, khái niệm tính xác thực là công cụ phân tích trung tâm để lý giải sức hấp dẫn của sản phẩm du lịch làng nghề. Chhabra & cs., (2003), qua nghiên cứu về du lịch di sản, chỉ ra rằng tính xác thực được du khách cảm nhận không chỉ dựa trên mức độ nguyên bản của hiện vật hay quy trình sản xuất, mà còn dựa trên cách thức trình diễn và tổ chức trải nghiệm tại điểm đến. Điều này gợi ý rằng việc điều chỉnh mẫu mã, cách trình bày hay tổ chức trải nghiệm tại làng nghề không nhất thiết làm suy giảm tính xác thực trong cảm nhận của du khách, miễn là quá trình chuyển hóa được thực hiện có kiểm soát và giữ được cốt lõi văn hóa của nghề.

2.2.5.2. Nguồn nhân lực du lịch làng nghề

Nếu xem nội dung đào tạo nguồn nhân lực như một hoạt động phát triển, thì ở đây nguồn nhân lực được xem xét như một yếu tố điều kiện, trong đó mức độ sẵn sàng và chất lượng nhân lực hiện có quyết định phần tiềm năng có thể được khai thác trong thực tế. Tại các làng nghề, lực lượng lao động có cơ cấu đa dạng, bao gồm nghề nhân, thợ thủ công, cán bộ quản lý và lao động thời vụ (Đào Cao Sơn, 2023), trong đó nghề nhân

giữ vai trò đặc biệt quan trọng vì không chỉ nắm giữ kỹ thuật nghề mà còn có thể trở thành người trình diễn, kể chuyện văn hóa và tạo chiều sâu trải nghiệm cho du khách.

Theo Harsanto & Wahyuningrat (2025), qua khảo sát các hiệp hội du lịch tại một số vùng du lịch nông thôn mới nổi của Indonesia, những hạn chế phổ biến nhất về nhân lực nằm ở kỹ năng marketing, năng lực số và khả năng tổ chức sản phẩm du lịch, hơn là ở kỹ năng nghề truyền thống vốn đã có sẵn. Phát hiện này tương đồng với thực tế tại nhiều làng nghề, nơi lao động có thể mạnh về tay nghề thủ công nhưng còn hạn chế về kỹ năng giao tiếp, ngoại ngữ và tổ chức dịch vụ (Thanh Yên, 2022). Về mặt đo lường, mô hình SERVQUAL của Parasuraman & cs., (1988) xác định thái độ phục vụ và năng lực đáp ứng của nhân sự là hai trong năm thành phần cốt lõi quyết định cảm nhận chất lượng dịch vụ của khách hàng; áp dụng vào bối cảnh du lịch làng nghề, điều này cho thấy hạn chế về kỹ năng giao tiếp và tổ chức dịch vụ của lao động không chỉ là vấn đề đào tạo nghề thông thường, mà trực tiếp ảnh hưởng đến cảm nhận chất lượng tổng thể của du khách về điểm đến.

Hiện nay, quá trình truyền nghề tại nhiều làng nghề vẫn chủ yếu diễn ra theo hình thức "cha truyền con nối" hoặc học nghề trong cộng đồng (Nguyễn Lan Hương, 2020). Cơ chế này giúp duy trì tính liên tục của kỹ thuật truyền thống, nhưng bộc lộ hạn chế khi yêu cầu của thị trường du lịch mở rộng sang kỹ năng giao tiếp và tổ chức dịch vụ. Vì vậy, phát triển nguồn nhân lực cho du lịch làng nghề cần vượt ra khỏi phạm vi đào tạo nghề thủ công truyền thống, chuyển sang mô hình đào tạo có hệ thống kết hợp giữa giữ nghề và làm du lịch.

2.2.5.3. Cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch làng nghề

Cơ sở hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật là yếu tố nền tảng có ảnh hưởng trực tiếp đến khả năng phát triển và khai thác du lịch tại các làng nghề, quyết định không chỉ khả năng tiếp cận điểm đến mà còn chất lượng trải nghiệm, thời gian lưu trú và mức chi tiêu của du khách. Cao Trí Dũng (2020) cho rằng cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch không chỉ giới hạn ở các công trình phục vụ trực tiếp, mà còn bao gồm toàn bộ hệ thống hạ tầng kinh tế - xã hội như giao thông, cấp điện, cấp nước và thông tin liên lạc; trong bối cảnh phần lớn điểm đến làng nghề nằm ở khu vực nông thôn hoặc ven đô, mức độ hoàn thiện và đồng bộ của hệ thống này có ý nghĩa đặc biệt quan trọng.

Trong mô hình năng lực cạnh tranh điểm đến của Dwyer & Kim (2003), hạ tầng được xác định là một trong các nhóm chỉ báo nền tảng, quyết định năng lực cạnh tranh của điểm đến, cùng với tài nguyên và các yếu tố hỗ trợ. Theo mô hình này, hạ tầng không tự thân tạo ra sức hấp dẫn, nhưng là điều kiện tiên quyết để các nguồn lực khác của điểm đến, như sản phẩm hay trải nghiệm văn hóa, có thể được khai thác và chuyển hóa thành lợi thế cạnh tranh thực tế. Sang (2024), qua nghiên cứu các bảo tàng số tại làng nghề truyền thống Trung Quốc, cho thấy hạ tầng số, cùng với hạ tầng vật lý, ngày càng đóng vai trò quan trọng trong việc tạo dựng trải nghiệm hoài niệm và kết nối du khách với giá trị văn hóa bản địa trước và sau chuyến đi.

Đối với các làng nghề, việc đầu tư và hoàn thiện hệ thống hạ tầng còn giúp giảm chi phí sản xuất, kinh doanh và tạo tiền đề hình thành các chuỗi liên kết với điểm du lịch khác và doanh nghiệp lữ hành. Ngược lại, sự thiếu hụt hạ tầng có thể trở thành rào cản lớn, làm giảm khả năng tiếp cận và suy giảm năng lực cạnh tranh của điểm đến.

Tóm lại, cơ sở hạ tầng và cơ sở vật chất kỹ thuật phục vụ du lịch làng nghề là yếu tố có tính nền tảng, ảnh hưởng trực tiếp đến khả năng tiếp cận, chất lượng trải nghiệm và hiệu quả khai thác du lịch tại điểm đến.

2.2.5.4. Sự tham gia của cộng đồng địa phương

Cộng đồng địa phương là một trong những chủ thể trung tâm của phát triển du lịch làng nghề, vừa là lực lượng duy trì nghề truyền thống, vừa là chủ thể bảo tồn và truyền tải các giá trị văn hóa gắn với điểm đến. Theo Nguyễn Công Độ (2022), cộng đồng dân cư là tập thể các cá nhân có sự tương tác và cùng chia sẻ một môi trường sống chung, được gắn kết bởi các yếu tố như niềm tin, giá trị, nguồn lực và bản sắc văn hóa. Theo Luật Du lịch Việt Nam (2017), cộng đồng địa phương cần được tạo điều kiện tham gia phát triển du lịch thông qua việc khôi phục, bảo tồn và phát huy nghề thủ công truyền thống.

Tosun (1999) cho rằng sự tham gia của cộng đồng địa phương vào quá trình ra quyết định là điều kiện quan trọng để du lịch mang lại lợi ích thực chất và phù hợp với bối cảnh địa phương; nếu cộng đồng chỉ tham gia thụ động, du lịch làng nghề dễ rơi vào tình trạng thương mại hóa hình thức, thiếu chiều sâu văn hóa. Nghiên cứu gần đây của Ginting & cs., (2024) tại một làng truyền thống ở Indonesia sau giai đoạn phục hồi di sản cho thấy mức độ hài lòng và tham gia của cộng đồng phụ thuộc đáng kể vào cách

thức quản trị điểm đến được thiết kế ngay từ giai đoạn đầu, chứ không chỉ ở việc huy động cộng đồng khi hoạt động du lịch đã hình thành. Bổ sung cho cách tiếp cận có sự tham gia, Choi & Sirakaya (2005), qua phát triển thang đo thái độ cư dân đối với du lịch bền vững, chỉ ra rằng mức độ ủng hộ của cộng đồng phụ thuộc vào nhận thức của họ về lợi ích kinh tế, tác động xã hội - văn hóa và tác động môi trường mà du lịch mang lại, chứ không đơn thuần là mức độ được tham vấn trong quá trình ra quyết định; điều này cho thấy sự tham gia hình thức là chưa đủ, mà cần đi kèm nhận thức thực chất về lợi ích để cộng đồng chủ động tham gia lâu dài.

Theo Nguyễn Đoàn Hạnh Dung & Trương Thị Thu Hà (2019), sự tham gia của cộng đồng không chỉ dừng lại ở cung cấp sản phẩm hay dịch vụ, mà còn bao gồm quá trình nhận thức vai trò của du lịch và chủ động tham gia bảo tồn nghề, cải tiến sản phẩm và duy trì lễ hội. Khi cộng đồng nhận thức rõ lợi ích từ du lịch, họ có xu hướng chủ động hơn trong việc bảo tồn di sản và nâng cao chất lượng dịch vụ, qua đó vừa bảo tồn giá trị văn hóa vừa cải thiện sinh kế (Hồ Thị Thanh Thanh & Nguyễn Thị Như Hoa, 2022).

2.2.5.5. An toàn và an ninh tại làng nghề du lịch

An toàn và an ninh là điều kiện nền tảng ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng trải nghiệm và khả năng phát triển bền vững của du lịch làng nghề. Đối với du khách, cảm nhận về an toàn không chỉ liên quan đến bảo đảm tính mạng và tài sản, mà còn bao gồm cảm giác yên tâm khi di chuyển, trải nghiệm và mua sắm tại điểm đến (Nguyễn Anh Dũng, 2023).

George (2010), qua nghiên cứu tại Vườn quốc gia Table Mountain (Nam Phi), cho thấy cảm nhận an toàn của du khách không chỉ dựa trên số liệu thống kê tội phạm thực tế tại điểm đến, mà còn chịu ảnh hưởng lớn bởi nhận thức chủ quan và thông tin lan truyền trước chuyến đi, khiến cảm nhận an toàn đôi khi tách rời khỏi mức độ an truyền thông và quản trị hình ảnh điểm đến, không chỉ dừng ở các biện pháp an ninh vật lý. Robina & cs., (2023), qua mô hình cấu trúc tuyến tính áp dụng cho các điểm đến du lịch nông thôn, chỉ ra mối quan hệ chặt chẽ giữa ba yếu tố sức khỏe, an toàn và cảm giác hạnh phúc của du khách, trong đó an toàn đóng vai trò là điều kiện tiên quyết để du khách có thể trải nghiệm trọn vẹn các giá trị văn hóa và thiên nhiên tại điểm đến nông thôn.

Về mặt quản lý nhà nước, Luật Du lịch Việt Nam (2017) quy định chính quyền địa phương có trách nhiệm bảo đảm an ninh, trật tự và an toàn xã hội tại các điểm du lịch. Nghiên cứu của Erul & cs., (2023) về hành vi ủng hộ du lịch của cư dân trong bối cảnh hậu COVID-19 cũng cho thấy cảm nhận an toàn của chính cộng đồng địa phương, không chỉ của du khách, có ảnh hưởng đến mức độ sẵn sàng tham gia và hỗ trợ hoạt động du lịch tại địa phương.

Trong phát triển du lịch làng nghề, việc bảo đảm an toàn và an ninh cần có sự phối hợp giữa nhiều chủ thể như cộng đồng dân cư, hộ sản xuất, cơ sở kinh doanh dịch vụ và doanh nghiệp lữ hành. Một môi trường du lịch an toàn, trật tự và đáng tin cậy là điều kiện quan trọng để du lịch làng nghề phát triển theo hướng bền vững và có khả năng cạnh tranh trong dài hạn.

2.2.5.6. Vệ sinh môi trường tại làng nghề du lịch

Vệ sinh môi trường có ảnh hưởng rõ rệt đến chất lượng không gian du lịch, trải nghiệm của du khách và tính bền vững của phát triển du lịch làng nghề. Theo Trương Trí Thông và Lý Mỹ Tiên (2018), các vấn đề như đường sá lầy lội, bụi bặm và ô nhiễm tại khu vực sản xuất có thể làm giảm rõ rệt sức hấp dẫn của điểm đến du lịch làng nghề.

Nghiên cứu của Chen & cs., (2021) tại một làng nghề truyền thống vùng Huy Châu, Trung Quốc, cho thấy ô nhiễm nguồn nước gắn với hoạt động sản xuất và du lịch không chỉ làm thay đổi cảnh quan sông nước đặc trưng của làng nghề, mà còn tác động ngược trở lại chính giá trị du lịch mà cảnh quan đó tạo ra, đặt ra yêu cầu quản lý môi trường phải được tích hợp ngay trong quy hoạch phát triển du lịch chứ không xử lý sau khi phát sinh sự cố.

Bên cạnh yếu tố vệ sinh môi trường theo nghĩa hẹp, điều kiện môi trường du lịch còn gắn với các hạng mục hỗ trợ trải nghiệm như bãi đỗ xe, nhà vệ sinh công cộng và cảnh quan được tổ chức hợp lý. Theo Thanh Yển (2022), tình trạng thiếu các hạng mục này là yếu tố làm giảm sức hút và chất lượng trải nghiệm của du khách tại nhiều làng nghề. Trong mô hình đo lường hình ảnh điểm đến của Echtner & Ritchie (1993), một trong những công trình được trích dẫn nhiều nhất trong lĩnh vực này, mức độ sạch sẽ được xác lập như một thuộc tính chuẩn hóa, cấu thành trực tiếp hình ảnh chức năng của điểm đến trong nhận thức của du khách. Điều này cho thấy vệ sinh môi trường tại làng

nghề không chỉ là vấn đề quản lý kỹ thuật, mà còn tác động trực tiếp đến hình ảnh tổng thể mà du khách hình thành và truyền miệng về điểm đến. Từ góc độ quản lý bền vững, việc duy trì vệ sinh môi trường không thể chỉ phụ thuộc vào đầu tư công trình hạ tầng, mà còn cần gắn với nâng cao nhận thức và trách nhiệm của cộng đồng địa phương.

2.2.5.7. *Thế chế, chính sách phát triển du lịch làng nghề*

Thế chế và chính sách là khung điều chỉnh định hướng, hành vi và quan hệ lợi ích giữa các chủ thể tham gia phát triển du lịch làng nghề. Theo Đào Cao Sơn (2023), thế chế và chính sách có vai trò quan trọng trong bảo tồn giá trị văn hóa truyền thống, hỗ trợ sản xuất và thúc đẩy khai thác tiềm năng du lịch của làng nghề.

Ở cấp độ quốc tế, Tổ chức Du lịch Thế giới (UNWTO, 2023) nhấn mạnh rằng chính sách phát triển du lịch nông thôn cần được tích hợp vào chiến lược phát triển kinh tế - xã hội tổng thể, thay vì được xây dựng như một chính sách chuyên ngành tách biệt, nhằm bảo đảm nguồn lực đầu tư hạ tầng, đào tạo và xúc tiến được phân bổ đồng bộ. Hall (2019) cũng cho rằng việc lồng ghép các mục tiêu phát triển bền vững vào quản trị điểm đến du lịch đòi hỏi năng lực điều phối liên ngành của chính quyền địa phương, chứ không chỉ dừng ở việc ban hành văn bản chính sách. Bramwell & Lane (2011) bổ sung rằng quản trị du lịch hiệu quả không chỉ phụ thuộc vào nội dung chính sách được ban hành, mà còn vào cách thức quyền lực và trách nhiệm được phân bổ giữa Nhà nước, doanh nghiệp và cộng đồng trong quá trình thực thi, cho thấy hiệu quả chính sách phụ thuộc đáng kể vào cơ chế phối hợp thực thi giữa các chủ thể chứ không chỉ ở chất lượng văn bản.

Nguyễn Khắc Hoàn & cs.,(2017) cho rằng các chính sách khôi phục và phát triển nghề truyền thống gắn với xây dựng nông thôn mới đã tạo nền tảng pháp lý cho làng nghề phát triển bền vững hơn, tuy nhiên hiệu quả chính sách phụ thuộc đáng kể vào chất lượng tổ chức thực thi trong thực tiễn. Ahmad (2005) nhấn mạnh làng nghề cần hội tụ các điều kiện cơ bản về kinh tế, văn hóa, xã hội và bản sắc đặc trưng để phát triển du lịch. Ngoài ra, phát triển làng nghề bền vững cần sự hỗ trợ nhất quán của Nhà nước thông qua chính sách tín dụng, đào tạo lao động và đầu tư hạ tầng (Gao & Wu, 2017).

Trong nhiều trường hợp, hệ thống chính sách hỗ trợ làng nghề và du lịch làng nghề vẫn thiếu đồng bộ và chưa thật sự gắn kết giữa các lĩnh vực liên quan. Vì vậy, hiệu quả

chính sách không chỉ phụ thuộc vào việc ban hành, mà còn vào năng lực tổ chức thực hiện phù hợp với điều kiện cụ thể của từng địa phương.

2.3. CƠ SỞ THỰC TIỄN VỀ PHÁT TRIỂN DU LỊCH LÀNG NGHỀ

2.3.1. Kinh nghiệm của các quốc gia về phát triển du lịch làng nghề

2.3.1.1. Kinh nghiệm phát triển du lịch làng nghề tại Chiang Mai, Thái Lan

Thái Lan được xem là một trong những quốc gia thành công trong phát triển du lịch gắn với làng nghề truyền thống, trong đó tỉnh Chiang Mai là mô hình tiêu biểu nhờ kết hợp hiệu quả giữa bảo tồn nghề thủ công, phát triển sản phẩm du lịch và phát huy vai trò của cộng đồng địa phương. Thay vì chỉ tập trung vào tiêu thụ sản phẩm thủ công, nhiều làng nghề tại Chiang Mai đã chuyển hướng khai thác các giá trị văn hóa của nghề truyền thống để hình thành sản phẩm du lịch trải nghiệm, góp phần nâng cao giá trị gia tăng và năng lực cạnh tranh của điểm đến (Natsuda & cs., 2012). Điểm nổi bật trong kinh nghiệm của Thái Lan là phát triển sản phẩm du lịch trên cơ sở chuyển hóa giá trị nghề truyền thống thành trải nghiệm du lịch. Các làng nghề không chỉ duy trì hoạt động sản xuất mà còn tổ chức không gian cho du khách tham quan, quan sát quy trình chế tác, trực tiếp thực hành cùng nghệ nhân và tìm hiểu các giá trị văn hóa gắn với nghề (Lo & Janta, 2020). Nhờ đó, sản phẩm du lịch không chỉ là hàng thủ công mà còn bao gồm các trải nghiệm văn hóa, giáo dục và tương tác với cộng đồng, tạo nên sự khác biệt so với các sản phẩm du lịch thông thường.

Bên cạnh phát triển sản phẩm, Thái Lan đặc biệt chú trọng cơ chế quản trị và liên kết giữa các chủ thể. Chính quyền địa phương giữ vai trò quy hoạch, đầu tư hạ tầng và hỗ trợ chính sách; doanh nghiệp du lịch kết nối thị trường và xây dựng tour tuyến; trong khi cộng đồng và nghệ nhân trực tiếp tham gia cung ứng sản phẩm, dịch vụ và bảo tồn nghề truyền thống (Yodsurang & cs., 2022). Cơ chế phối hợp này giúp hình thành chuỗi giá trị du lịch tương đối hoàn chỉnh, đồng thời bảo đảm cộng đồng địa phương trở thành chủ thể hưởng lợi từ hoạt động du lịch.

Một kinh nghiệm quan trọng khác là gắn phát triển sản phẩm với xây dựng thương hiệu và mở rộng thị trường thông qua chương trình One Tambon One Product (OTOP). Chương trình không chỉ hỗ trợ nâng cao chất lượng, tiêu chuẩn hóa và đa dạng hóa sản phẩm làng nghề mà còn thúc đẩy quảng bá thương hiệu, kết nối với hệ thống

phân phối và hoạt động du lịch, qua đó gia tăng khả năng tiếp cận thị trường trong nước và quốc tế. Cách tiếp cận này góp phần chuyển sản phẩm làng nghề từ hàng hóa địa phương thành sản phẩm đặc trưng của điểm đến du lịch (Natsuda & cs., 2012).

Thực tiễn tại Thái Lan cho thấy, sự thành công của du lịch làng nghề không chỉ dựa trên nguồn tài nguyên văn hóa sẵn có mà còn phụ thuộc vào khả năng tổ chức không gian, phát triển sản phẩm trải nghiệm, tăng cường liên kết giữa các chủ thể và xây dựng thương hiệu gắn với nhu cầu thị trường. Đây là những yếu tố tạo nền tảng để nhiều làng nghề vừa bảo tồn được giá trị truyền thống, vừa nâng cao thu nhập cho cộng đồng và phát triển du lịch theo hướng bền vững (Yodsurang & cs., 2022; Natsuda & cs., 2012).

2.3.1.2. Kinh nghiệm phát triển du lịch làng nghề tại tỉnh Oita, Nhật Bản

Khác với Thái Lan, phát triển du lịch làng nghề tại Nhật Bản không đặt trọng tâm vào mở rộng quy mô khai thác du lịch mà hướng đến gia tăng giá trị của di sản nghề truyền thống, thông qua trải nghiệm văn hóa và phát triển cộng đồng. Tỉnh Oita được xem là nơi khởi nguồn của phong trào One Village One Product (OVOP), với quan điểm mỗi địa phương phát huy lợi thế đặc trưng của mình, lấy con người và giá trị bản địa làm trung tâm thay vì cạnh tranh bằng quy mô sản xuất. Ba nguyên tắc cốt lõi của OVOP gồm: phát triển từ nguồn lực địa phương nhưng hướng tới thị trường toàn cầu; phát huy tính tự chủ và sáng tạo của cộng đồng; coi phát triển nguồn nhân lực là nền tảng của phát triển bền vững (Mukai & Fujikura, 2015; Noble, 2019).

Trên nền tảng đó, Oita phát triển du lịch làng nghề theo hướng chuyển giá trị nghề truyền thống thành trải nghiệm văn hóa. Nghề thủ công tre không chỉ được duy trì như một hoạt động sản xuất mà còn trở thành tài nguyên du lịch thông qua hệ thống bảo tàng, không gian trưng bày, xưởng nghề, lớp trải nghiệm và các sự kiện nghệ thuật. Du khách được tiếp cận toàn bộ câu chuyện về nghề, từ lịch sử hình thành, quy trình chế tác đến trực tiếp tương tác với nghệ nhân, qua đó làm gia tăng giá trị của sản phẩm và nâng cao nhận thức về di sản văn hóa địa phương. Mô hình này đã góp phần chuyển hoạt động tham quan từ hình thức "xem và mua" sang "trải nghiệm và cảm nhận", tạo nên bản sắc riêng cho điểm đến.

Một kinh nghiệm nổi bật khác là tổ chức phát triển du lịch trên cơ sở liên kết đa chủ thể. Chính quyền địa phương giữ vai trò quy hoạch và điều phối; doanh nghiệp du

lịch kết nối thị trường; các cơ sở đào tạo và hiệp hội nghề truyền thống tham gia đào tạo, bảo tồn kỹ thuật chế tác; trong khi nghệ nhân và cộng đồng trực tiếp cung ứng sản phẩm và trải nghiệm cho du khách. Quan hệ đối tác giữa các chủ thể được duy trì lâu dài, tạo điều kiện huy động nguồn lực xã hội, nâng cao năng lực quản trị điểm đến và bảo đảm lợi ích của cộng đồng địa phương trong quá trình phát triển du lịch. Đây được xem là yếu tố quan trọng giúp nhiều làng nghề của Oita duy trì sức sống trong bối cảnh già hóa dân số và suy giảm lao động nông thôn (Hashimoto & Telfer, 2010).

Bên cạnh đó, Oita không phát triển làng nghề như những điểm đến riêng lẻ mà đặt trong mạng lưới sản phẩm du lịch của toàn tỉnh. Các làng nghề được kết nối với các khu nghỉ dưỡng suối khoáng Beppu, Yufuin, các bảo tàng và sự kiện văn hóa nhằm hình thành hành trình trải nghiệm đa dạng, kéo dài thời gian lưu trú và gia tăng mức chi tiêu của du khách. Cách tiếp cận này giúp mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm thủ công, đồng thời nâng cao năng lực cạnh tranh của điểm đến trên cơ sở khai thác đồng bộ các nguồn tài nguyên văn hóa và du lịch.

2.3.1.3. Kinh nghiệm phát triển du lịch làng nghề tại Trung Quốc

Trong những năm gần đây, Trung Quốc xác định phát triển du lịch làng nghề là một bộ phận quan trọng của chiến lược phát triển nông thôn và bảo tồn di sản văn hóa. Thay vì khai thác riêng lẻ từng làng nghề, nhiều địa phương lựa chọn cách tiếp cận theo hướng quy hoạch tổng thể, kết hợp giữa bảo tồn không gian làng truyền thống, phát triển sản phẩm du lịch và nâng cao sinh kế của cộng đồng. Nhờ đó, nhiều làng nghề đã trở thành điểm đến tiêu biểu trong mạng lưới Best Tourism Villages do UN Tourism công nhận (Hongyu, 2025).

Điểm nổi bật trong kinh nghiệm của Trung Quốc là bảo tồn di sản gắn với phát triển sản phẩm du lịch trải nghiệm. Các giá trị văn hóa vật thể và phi vật thể như nghề thủ công truyền thống, kiến trúc, lễ hội, tri thức bản địa và tập quán sản xuất được bảo tồn đồng thời với việc tổ chức các hoạt động tham quan, trải nghiệm nghề, giao lưu với nghệ nhân và dịch vụ du lịch cộng đồng. Cách tiếp cận này giúp di sản không chỉ được gìn giữ mà còn trở thành nguồn lực tạo sinh kế và gia tăng giá trị kinh tế cho địa phương (Hui & Xia, 2022).

Bên cạnh đó, Trung Quốc đặc biệt chú trọng quản trị và quy hoạch phát triển làng

du lịch. Chính quyền địa phương giữ vai trò định hướng quy hoạch, đầu tư hạ tầng và ban hành các tiêu chuẩn bảo tồn; trong khi cộng đồng và doanh nghiệp tham gia phát triển sản phẩm, cung ứng dịch vụ và khai thác thị trường. Sự phối hợp giữa các chủ thể giúp hạn chế tình trạng phát triển tự phát, đồng thời bảo đảm cân bằng giữa mục tiêu phát triển kinh tế với bảo tồn giá trị văn hóa và cảnh quan truyền thống (Hui & Xia, 2022).

Một kinh nghiệm đáng chú ý khác của Trung Quốc là gắn phát triển du lịch với chiến lược phát triển nông thôn. Nhiều làng nghề không chỉ khai thác nghề thủ công mà còn kết hợp với nông nghiệp, ẩm thực, lễ hội và cảnh quan sinh thái để hình thành các sản phẩm du lịch tổng hợp. Việc đa dạng hóa sản phẩm giúp mở rộng thời gian lưu trú, gia tăng mức chi tiêu của du khách và tạo thêm cơ hội việc làm cho cộng đồng địa phương. Thực tiễn này cũng là cơ sở để nhiều làng của Trung Quốc được UN Tourism ghi nhận là mô hình tiêu biểu về phát triển du lịch nông thôn bền vững (Hongyu, 2025). Kinh nghiệm của Trung Quốc cho thấy phát triển du lịch làng nghề chỉ đạt hiệu quả khi được đặt trong quy hoạch tổng thể, bảo đảm hài hòa giữa bảo tồn di sản, phát triển sản phẩm và nâng cao sinh kế của cộng đồng. Đây cũng là điều kiện quan trọng để duy trì bản sắc văn hóa và nâng cao năng lực cạnh tranh của điểm đến trong dài hạn.

2.3.2. Kinh nghiệm thực tiễn về phát triển du lịch làng nghề trong nước

2.3.2.1. Tại Hội An

Hội An là một trong những địa phương thành công trong phát triển du lịch làng nghề nhờ kết hợp hài hòa giữa bảo tồn di sản văn hóa và khai thác giá trị trải nghiệm. Các làng nghề như Thanh Hà và Kim Bồng không chỉ duy trì hoạt động sản xuất truyền thống mà còn được phát triển thành điểm đến du lịch, góp phần đa dạng hóa sản phẩm và kéo dài thời gian lưu trú của du khách (Đào Cao Sơn, 2023).

Điểm nổi bật của Hội An là chuyển hoạt động sản xuất thành trải nghiệm du lịch. Tại làng gốm Thanh Hà, ngoài việc tham quan quy trình sản xuất, du khách còn được trực tiếp thực hành nặn gốm, giao lưu với nghệ nhân và tìm hiểu lịch sử nghề truyền thống. Tương tự, làng mộc Kim Bồng phát triển các hoạt động tham quan xưởng nghề, trải nghiệm chế tác và giới thiệu các giá trị văn hóa gắn với nghề mộc. Nhờ đó, giá trị của sản phẩm không chỉ nằm ở hàng hóa thủ công mà còn được mở rộng sang các dịch vụ trải nghiệm văn hóa, góp phần gia tăng giá trị cho điểm đến.

Bên cạnh phát triển sản phẩm, Hội An đặc biệt chú trọng đầu tư hạ tầng và bảo tồn không gian làng nghề. Chính quyền địa phương triển khai nhiều chính sách hỗ trợ về cải thiện hạ tầng, đào tạo nguồn nhân lực, bảo tồn kiến trúc truyền thống và khuyến khích cộng đồng tham gia hoạt động du lịch. Việc kết nối các làng nghề với khu phố cổ và các tuyến du lịch của Hội An đã hình thành chuỗi sản phẩm tương đối hoàn chỉnh, tạo điều kiện để du khách tiếp cận nhiều loại hình trải nghiệm trong cùng một hành trình (Đào Cao Sơn, 2023).

Kinh nghiệm của Hội An cho thấy, phát triển du lịch làng nghề cần được triển khai đồng thời trên ba phương diện: bảo tồn không gian và giá trị văn hóa của làng nghề; phát triển sản phẩm du lịch dựa trên trải nghiệm; và tăng cường liên kết giữa làng nghề với hệ thống điểm đến của địa phương. Đây là những bài học quan trọng đối với khu vực phía Đông tỉnh Gia Lai trong quá trình xây dựng sản phẩm du lịch làng nghề có bản sắc và khả năng cạnh tranh.

2.3.2.2. Tại Bình Dương

Bình Dương là địa phương có nhiều làng nghề truyền thống nổi tiếng như sơn mài Tương Bình Hiệp, điêu khắc gỗ Thủ Dầu Một và gốm sứ Lái Thiêu. Trong quá trình phát triển, địa phương không lựa chọn khai thác du lịch theo hướng đại trà mà tập trung bảo tồn giá trị nghề truyền thống kết hợp xây dựng thương hiệu sản phẩm và từng bước phát triển các hoạt động trải nghiệm, qua đó tạo nền tảng cho phát triển du lịch làng nghề (Đào Cao Sơn, 2023).

Điểm nổi bật trong kinh nghiệm của Bình Dương là gắn bảo tồn nghề với nâng cao giá trị kinh tế của sản phẩm. Chính quyền địa phương triển khai nhiều chính sách hỗ trợ như bảo tồn kỹ thuật chế tác truyền thống, đầu tư cơ sở hạ tầng, hỗ trợ đổi mới mẫu mã, đào tạo nguồn nhân lực và xúc tiến thương mại nhằm nâng cao khả năng cạnh tranh của các sản phẩm làng nghề. Nhờ đó, nhiều làng nghề vẫn duy trì được đội ngũ nghệ nhân, giữ gìn kỹ thuật thủ công truyền thống, đồng thời mở rộng thị trường tiêu thụ trong nước và quốc tế (Đào Cao Sơn, 2023).

Bên cạnh đó, Bình Dương từng bước lồng ghép các làng nghề vào hệ thống điểm đến của địa phương thông qua hoạt động tham quan, giới thiệu quy trình sản xuất, trưng bày sản phẩm và tổ chức các sự kiện văn hóa. Cách tiếp cận này giúp mở rộng chức

năng của làng nghề từ nơi sản xuất sang không gian trải nghiệm văn hóa, đồng thời tạo điều kiện để cộng đồng địa phương tham gia trực tiếp vào hoạt động du lịch.

Kinh nghiệm của Bình Dương cho thấy, phát triển du lịch làng nghề cần bắt đầu từ việc củng cố nền tảng sản xuất và xây dựng thương hiệu cho sản phẩm truyền thống. Khi chất lượng sản phẩm, năng lực của cộng đồng và cơ chế hỗ trợ được nâng cao, việc phát triển các hoạt động du lịch sẽ có nền tảng vững chắc và góp phần gia tăng giá trị cho làng nghề một cách bền vững. Đây là bài học có ý nghĩa đối với khu vực phía Đông tỉnh Gia Lai trong quá trình phát triển du lịch làng nghề gắn với nâng cao giá trị sản phẩm và bảo tồn nghề truyền thống.

2.3.2.3. *Tại Thủ Sỹ, Hưng Yên*

Thủ Sỹ (Hưng Yên) là một trong những làng nghề mây tre đan truyền thống còn lưu giữ khá đầy đủ không gian văn hóa nông thôn Bắc Bộ, bao gồm hệ thống đình, chùa, cảnh quan làng xóm và nghề thủ công truyền thống. Tuy nhiên, nghiên cứu của Nguyen & Nguyen (2021) cho thấy tiềm năng này chưa được khai thác hiệu quả do hoạt động du lịch còn mang tính tự phát, hạ tầng phục vụ khách chưa đồng bộ, thiếu không gian trưng bày sản phẩm và các dịch vụ hỗ trợ du lịch.

Trên cơ sở đánh giá hiện trạng, các tác giả đề xuất phát triển du lịch làng nghề theo hướng quy hoạch không gian tổng thể, trong đó bảo tồn không gian văn hóa được xem là nền tảng. Quy hoạch tập trung khoanh vùng bảo vệ các công trình di sản, gìn giữ cấu trúc làng truyền thống và tổ chức hợp lý các khu vực sản xuất, trải nghiệm, trưng bày sản phẩm và dịch vụ du lịch. Đồng thời, hình thành các tuyến tham quan kết nối khu sản xuất nghề với cảnh quan nông thôn và các điểm di tích nhằm tạo dòng trải nghiệm liên tục cho du khách (Nguyen & Nguyen, 2021).

Bên cạnh tổ chức không gian, nghiên cứu cũng nhấn mạnh vai trò của việc đầu tư hạ tầng thiết yếu như bãi đỗ xe, nhà vệ sinh công cộng, hệ thống xử lý nước thải, khu giới thiệu sản phẩm và vùng nguyên liệu phục vụ trải nghiệm. Đồng thời, tăng cường liên kết giữa hộ sản xuất, cộng đồng địa phương và doanh nghiệp du lịch để từng bước hình thành mô hình quản trị điểm đến có sự tham gia của cộng đồng, qua đó nâng cao hiệu quả khai thác du lịch và bảo đảm tính bền vững.

Thực tiễn từ Thủ Sỹ cho thấy, quy hoạch và tổ chức không gian là điều kiện tiên

quyết để chuyển hóa tiềm năng của làng nghề thành sản phẩm du lịch. Chỉ khi không gian sản xuất, không gian văn hóa và không gian phục vụ du lịch được tổ chức đồng bộ, làng nghề mới có thể phát triển thành điểm đến có khả năng thu hút khách và duy trì giá trị lâu dài.

2.3.2.4. Tại Trà Vinh

Trà Vinh là địa phương có nhiều làng nghề truyền thống của cộng đồng Khmer và người Kinh, với tiềm năng phát triển du lịch dựa trên sự kết hợp giữa giá trị văn hóa, nghề thủ công và cảnh quan nông thôn. Tuy nhiên, nghiên cứu của Châu Minh Tuấn (2024) cho thấy hiệu quả khai thác du lịch tại nhiều làng nghề còn hạn chế do thiếu quy hoạch đồng bộ, hoạt động du lịch mang tính tự phát, sản phẩm chưa đa dạng và sự liên kết giữa các chủ thể trong phát triển còn lỏng lẻo.

Từ thực tiễn này, Trà Vinh xác định vai trò của quản trị phát triển như một yếu tố quyết định hiệu quả khai thác du lịch làng nghề. Theo đó, chính quyền địa phương giữ vai trò kiến tạo thông qua xây dựng quy hoạch, ban hành cơ chế hỗ trợ, đầu tư hạ tầng thiết yếu và thiết lập cơ chế phối hợp giữa các sở, ngành, chính quyền cơ sở, cộng đồng và doanh nghiệp. Đồng thời, địa phương chú trọng huy động nguồn lực xã hội cho phát triển du lịch, đào tạo kỹ năng cho cộng đồng, hỗ trợ cơ sở sản xuất cải tiến mẫu mã, nâng cao chất lượng dịch vụ và từng bước hình thành các sản phẩm trải nghiệm gắn với đặc trưng văn hóa địa phương (Châu Minh Tuấn, 2024).

Bên cạnh đó, Trà Vinh từng bước phát triển hệ thống dịch vụ hỗ trợ như khu trưng bày sản phẩm, điểm dừng chân, dịch vụ ẩm thực và truyền thông điểm đến nhằm nâng cao khả năng phục vụ khách du lịch. Cách tiếp cận này góp phần chuyển hoạt động du lịch từ quy mô nhỏ lẻ sang phát triển theo định hướng có tổ chức, tạo điều kiện để cộng đồng tham gia sâu hơn vào chuỗi giá trị du lịch.

Do đó, phát triển du lịch làng nghề không chỉ phụ thuộc vào tài nguyên mà còn phụ thuộc vào năng lực quản trị và khả năng huy động các nguồn lực phát triển. Một cơ chế quản lý thống nhất cùng sự phối hợp hiệu quả giữa Nhà nước, doanh nghiệp và cộng đồng sẽ tạo nền tảng để nâng cao hiệu quả khai thác tài nguyên, mở rộng sinh kế và phát triển du lịch làng nghề theo hướng bền vững..

2.3.2.5. Tại tỉnh Đồng Tháp

Đồng Tháp được xem là một trong những địa phương khai thác khá hiệu quả các

làng nghề truyền thống trong chiến lược phát triển du lịch nông nghiệp và du lịch cộng đồng. Với hệ thống làng nghề đa dạng như làng hoa Sa Đéc, chiếu Định Yên, nem Lai Vung và đóng ghe xuồng rạch Bà Đài, địa phương đã từng bước hình thành các sản phẩm du lịch mang bản sắc riêng, góp phần đa dạng hóa hệ thống điểm đến của tỉnh (Nguyễn Minh Triết, 2016).

Điểm nổi bật trong kinh nghiệm của Đồng Tháp là phát triển liên kết giữa làng nghề với các tài nguyên và sản phẩm du lịch khác. Thay vì khai thác riêng lẻ từng làng nghề, địa phương định hướng kết nối làng nghề với du lịch sinh thái, nông nghiệp, văn hóa, ẩm thực và các chương trình OCOP nhằm hình thành chuỗi sản phẩm trải nghiệm có khả năng kéo dài thời gian lưu trú và gia tăng mức chi tiêu của du khách. Đồng thời, việc tăng cường liên kết giữa hộ sản xuất, hợp tác xã, doanh nghiệp lữ hành và chính quyền địa phương từng bước tạo đầu ra ổn định cho sản phẩm, nâng cao khả năng tham gia của cộng đồng vào hoạt động du lịch (Nguyễn Minh Triết, 2016).

Bên cạnh những kết quả đạt được, nghiên cứu cũng chỉ ra rằng việc phát triển du lịch làng nghề vẫn chịu tác động bởi những hạn chế về hạ tầng, chất lượng dịch vụ, môi trường và mức độ tham gia của người dân. Điều này cho thấy liên kết chỉ phát huy hiệu quả khi được triển khai đồng bộ với đầu tư hạ tầng, nâng cao chất lượng sản phẩm và phát triển nguồn nhân lực phục vụ du lịch.

Chính vì vậy, phát triển du lịch làng nghề cần được đặt trong mối liên kết với hệ thống sản phẩm du lịch và chuỗi giá trị của địa phương, thay vì phát triển theo từng điểm riêng lẻ. Sự kết nối giữa làng nghề với du lịch nông nghiệp, văn hóa, OCOP và doanh nghiệp lữ hành không chỉ nâng cao sức hấp dẫn của điểm đến mà còn tạo động lực mở rộng thị trường, gia tăng giá trị sản phẩm và nâng cao thu nhập cho cộng đồng.

2.3.3. Bài học vận dụng cho phát triển du lịch làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai

Từ kinh nghiệm phát triển du lịch làng nghề của một số quốc gia Châu Á và địa phương trong nước, có thể rút ra một số bài học có giá trị tham khảo đối với phát triển du lịch làng nghề khu vực phía Đông tỉnh Gia Lai.

Thứ nhất, phát triển du lịch làng nghề cần được tiếp cận theo hướng bảo tồn gắn với khai thác, trong đó bảo tồn giá trị văn hóa và nghề truyền thống là nền tảng để hình thành sản phẩm du lịch. Kinh nghiệm của Nhật Bản, Trung Quốc và Hội An cho thấy

chỉ khi giữ được tính xác thực của nghề và không gian văn hóa thì du lịch mới tạo ra lợi thế cạnh tranh bền vững.

Thứ hai, sản phẩm làng nghề chỉ thực sự trở thành sản phẩm du lịch khi được tổ chức thành trải nghiệm hoàn chỉnh. Bài học từ Thái Lan, Hội An và Đồng Tháp cho thấy cần chuyển từ tư duy bán sản phẩm sang cung cấp trải nghiệm thông qua hoạt động tham quan, thực hành nghề, giao lưu với nghệ nhân và kết nối với các giá trị văn hóa địa phương.

Thứ ba, quy hoạch không gian và đầu tư hạ tầng cần đi trước một bước. Kinh nghiệm từ Hưng Yên và Trà Vinh cho thấy việc phát triển du lịch tự phát thường làm giảm chất lượng điểm đến. Vì vậy, tổ chức hợp lý không gian sản xuất, không gian trải nghiệm và hệ thống hạ tầng phục vụ du lịch là điều kiện để khai thác bền vững.

Thứ tư, phát triển du lịch làng nghề cần dựa trên sự tham gia của nhiều chủ thể và cơ chế quản trị thống nhất. Thực tiễn ở Trà Vinh, Bình Dương và Trung Quốc cho thấy hiệu quả phát triển phụ thuộc vào sự phối hợp giữa chính quyền, doanh nghiệp, nghệ nhân và cộng đồng địa phương trong huy động nguồn lực, tổ chức hoạt động và phân chia lợi ích.

Thứ năm, liên kết thị trường và xây dựng thương hiệu quyết định khả năng phát triển lâu dài của điểm đến. Kinh nghiệm của Thái Lan với mô hình OTOP, Nhật Bản với OVOP và Đồng Tháp cho thấy việc kết nối làng nghề với doanh nghiệp lữ hành, chương trình OCOP, nền tảng số và các tuyến du lịch giúp mở rộng thị trường, nâng cao giá trị sản phẩm và tăng sức cạnh tranh của điểm đến.

Những bài học trên là cơ sở thực tiễn quan trọng để xây dựng khung phân tích và đề xuất giải pháp PTDLLN khu vực phía Đông tỉnh Gia Lai trong thời gian tới.

TÓM TẮT PHẦN 2

Phần 2 đã hệ thống hóa cơ sở lý luận và thực tiễn về phát triển du lịch làng nghề. Các nghiên cứu trước đây chủ yếu tập trung vào các vấn đề như khái niệm và đặc điểm của du lịch làng nghề, vai trò đối với phát triển kinh tế - xã hội, hành vi và trải nghiệm của du khách, cũng như các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch làng nghề. Tuy

nhiên, các nghiên cứu hiện nay vẫn còn thiếu cách tiếp cận tổng hợp gắn với điều kiện cụ thể của từng địa phương, đặc biệt ở cấp tỉnh và tiểu vùng.

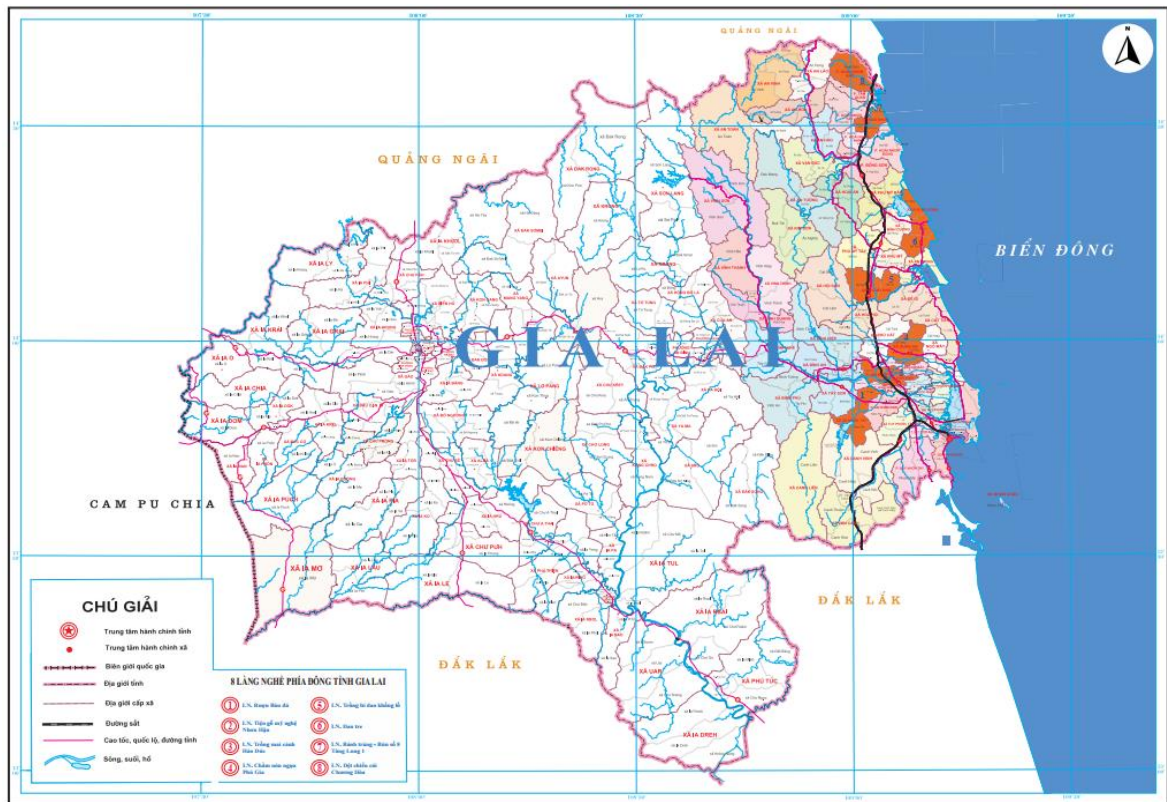
Phần cơ sở lý luận đã làm rõ các khái niệm về du lịch, khách du lịch, làng nghề, du lịch làng nghề và phát triển du lịch làng nghề; đồng thời xác định các nội dung phát triển du lịch làng nghề gồm quy hoạch không gian, phát triển sản phẩm và thị trường, huy động nguồn lực, đào tạo nhân lực, liên kết phát triển và xúc tiến quảng bá. Trên cơ sở kế thừa các nghiên cứu trước, luận án xác định bảy nhóm yếu tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch làng nghề, gồm: sản phẩm du lịch làng nghề, cơ sở hạ tầng, nguồn nhân lực, an toàn - an ninh, vệ sinh môi trường, sự tham gia của cộng đồng địa phương và thể chế, chính sách hỗ trợ.

PHẦN 3. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

3.1. ĐẶC ĐIỂM ĐỊA BÀN NGHIÊN CỨU

3.1.1. Giới thiệu địa bàn nghiên cứu

Địa bàn nghiên cứu thuộc khu vực phía Đông tỉnh Gia Lai, tương ứng địa bàn tỉnh Bình Định trước khi điều chỉnh đơn vị hành chính. Theo Nghị quyết số 202/2025/QH15 ngày 12 tháng 06 năm 2025 của Quốc hội về việc sắp xếp đơn vị hành chính cấp tỉnh, tỉnh Gia Lai mới được hình thành trên cơ sở sắp xếp toàn bộ diện tích tự nhiên và quy mô dân số của tỉnh Bình Định và tỉnh Gia Lai cũ. Toàn tỉnh sau sắp xếp có diện tích 21.576,53 km², dân số 3.583.693 người và 135 đơn vị hành chính cấp xã. Tỉnh giáp Đắk Lắk ở phía Nam, Quảng Ngãi ở phía Bắc, Vương quốc Campuchia ở phía Tây và Biển Đông ở phía Đông, tạo lợi thế về liên kết vùng và phát triển hệ thống giao thông đa phương thức (đường bộ, đường sắt, đường hàng không, đường biển).



Hình 3.1. Bản đồ tỉnh Gia Lai

Nguồn: Trung tâm PVHCC tỉnh Gia Lai (2025)

Về hạ tầng giao thông, tỉnh có 6 cảng biển, trong đó Cảng biển Quy Nhơn là cảng tổng hợp lớn, là cửa ngõ kết nối thương mại qua tuyến quốc lộ 19 với Nam Lào và Đông

Bắc Campuchia. Bên cạnh đó, hệ thống hàng không (Phù Cát, Pleiku) và tuyến đường sắt Bắc - Nam (ga Diêu Trì) góp phần tăng khả năng tiếp cận điểm đến và năng lực vận chuyển.

Về tài nguyên du lịch, tỉnh có lợi thế nổi bật về biển đảo với đường bờ biển dài khoảng 134 km và nhiều bãi tắm có giá trị khai thác như Quy Nhơn, Hải Giang, Trung Lương, Tân Thanh, Vĩnh Hội. Hiện nay, du lịch được xác định là ngành kinh tế mũi nhọn; hạ tầng du lịch và các dịch vụ hỗ trợ đang được ưu tiên nâng cấp nhằm nâng cao năng lực cạnh tranh và hướng tới vai trò trung tâm du lịch biển của vùng.

Tuy nhiên, phạm vi nghiên cứu của luận án được xác định cụ thể là khu vực phía Đông tỉnh Gia Lai - địa bàn tỉnh Bình Định trước khi sáp xếp. Đây là không gian nghiên cứu chính, là nơi tập trung các làng nghề và hoạt động du lịch làng nghề được phân tích trong luận án. Toàn bộ số liệu thứ cấp, dữ liệu điều tra sơ cấp, phân tích thực trạng và đề xuất giải pháp đều gắn với địa bàn này.

3.1.2. Đặc điểm tự nhiên khu vực phía Đông tỉnh Gia Lai

3.1.2.1. Khí hậu và thời tiết

Khu vực phía Đông tỉnh Gia Lai thuộc vùng duyên hải Nam Trung Bộ, có khí hậu nhiệt đới gió mùa đặc trưng của vùng đồng bằng ven biển. Đặc điểm khí hậu này nhìn chung thuận lợi cho phát triển nông nghiệp, ngư nghiệp, thủy sản và du lịch. Tuy nhiên, khu vực thường xuyên chịu tác động của các hiện tượng thời tiết cực đoan như mưa lớn cục bộ và ảnh hưởng gián tiếp của bão, áp thấp nhiệt đới, có thể ảnh hưởng đến hoạt động du lịch theo mùa.

3.1.2.2. Tài nguyên du lịch tự nhiên

Tài nguyên du lịch biển, đảo: với đường bờ biển dài khoảng 134 km, khu vực phía Đông tỉnh Gia Lai có tài nguyên du lịch biển, đảo phong phú và hấp dẫn với các bãi biển đẹp, cảnh quan bờ biển kỳ thú, hệ sinh thái đa dạng với nhiều rạn san hô và thảm rong tảo, kết hợp với văn hóa làng chài đặc trưng; nhiều điểm du lịch biển và làng chài có khả năng kết nối với hoạt động du lịch làng nghề. Đây là lợi thế quan trọng để kết nối du lịch làng nghề với du lịch biển, gia tăng sức hút tổng hợp của điểm đến.

Tài nguyên du lịch núi, đầm, hồ: diện tích vùng đồi núi và trung du khá lớn, với các khu cảnh quan, đầm, hồ nước, suối nước nóng. Những điểm tài nguyên nổi bật gồm các đầm, hồ và cảnh quan sinh thái đặc trưng, tạo điều kiện phát triển các sản phẩm du lịch sinh thái kết hợp trải nghiệm làng nghề.

3.1.2.3. Tài nguyên du lịch văn hóa

Tiềm năng du lịch lịch sử - văn hóa của khu vực phía Đông tỉnh Gia Lai rất nổi bật nhờ bề dày truyền thống và hệ thống di sản đa dạng. Đây là vùng đất gắn với phong trào Tây Sơn và quê hương Quang Trung - Nguyễn Huệ; các điểm đến như Bảo tàng Quang Trung và chuỗi di tích liên quan phong trào Tây Sơn. Khu vực hiện có 234 di tích lịch sử - văn hóa, trong đó hơn 60 di tích được xếp hạng cấp quốc gia và cấp tỉnh; nổi bật là thành cổ Đồ Bàn và hệ thống Tháp Chăm với giá trị kiến trúc đặc sắc.

Về văn hóa bản địa, các cộng đồng Ba Na, Hrê, Chăm vẫn bảo lưu nhiều thực hành văn hóa đặc trưng, tạo điều kiện hình thành sản phẩm du lịch trải nghiệm gắn cộng đồng. Về ẩm thực, đặc sản, nguồn sản vật phong phú với các món đặc trưng như rượu Bầu Đá, nem Chợ Huyện, bánh ít lá gai là lợi thế phát triển du lịch ẩm thực kết hợp làng nghề. Ngoài ra, hát Bội (Tuồng) và Bài Chòi (di sản văn hóa phi vật thể của nhân loại) là nguồn lực văn hóa quan trọng.

Nhìn chung, khu vực phía Đông tỉnh Gia Lai có điều kiện thuận lợi để phát triển du lịch làng nghề gắn với du lịch văn hóa, du lịch trải nghiệm và liên kết tour tuyến trong khu vực.

3.1.3. Điều kiện kinh tế - xã hội khu vực phía Đông tỉnh Gia Lai

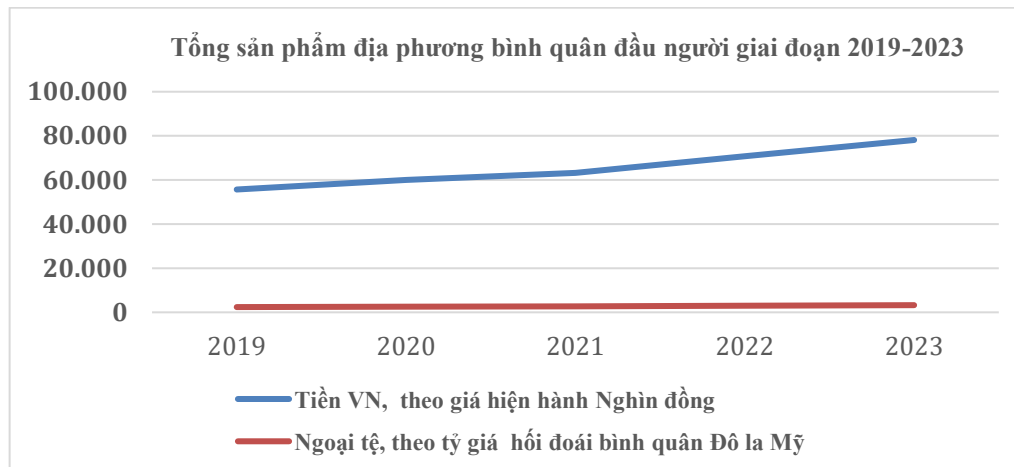
3.1.3.1. Điều kiện kinh tế

Theo số liệu từ tổng cục thống kê năm 2024, tổng sản phẩm địa phương bình quân đầu người tại khu vực phía Đông tỉnh Gia Lai tăng từ 55.671 nghìn đồng (2.391 USD) năm 2019 lên 78.116 nghìn đồng (3.259 USD) năm 2023.

Bảng 3.1. Tổng sản phẩm địa phương bình quân đầu người

Năm	Tiền VN, theo giá hiện hành	Ngoại tệ, theo tỷ giá hối đoái bình quân
	Nghìn đồng	Đô la Mỹ
2019	55.671	2.391
2020	60.084	2.576
2021	63.177	2.749
2022	70.710	2.998
2023	78.116	3.259

Nguồn: Tổng cục Thống kê (2024)



Biểu đồ 3.1. Tổng sản phẩm địa phương bình quân đầu người

Nguồn: Tổng cục Thống kê (2024)

Trong giai đoạn 2019-2023, tổng sản phẩm trên địa bàn phía đông tỉnh Gia Lai tăng trưởng tương đối ổn định, cơ cấu kinh tế tiếp tục chuyển dịch theo hướng công nghiệp hóa, hiện đại hóa. Tăng trưởng kinh tế và mở rộng khu vực dịch vụ là điều kiện thuận lợi để phát triển hệ thống dịch vụ hỗ trợ du lịch, đồng thời tạo cơ sở khai thác các sản phẩm du lịch gắn với nghề truyền thống và văn hóa địa phương

Bảng 3.2. Tổng sản phẩm trên địa bàn phía Đông tỉnh Gia Lai theo giá hiện hành phân theo khu vực kinh tế

Năm	Nông, lâm nghiệp và thủy sản	Công nghiệp và xây dựng	Trong đó: Công nghiệp	Dịch vụ	ĐVT: tỷ đồng
					Thuế sản phẩm trừ trợ cấp sản phẩm
2019	82,827923	22,874805	23,141066	16,29604	3,699996
2020	89,399298	26,539765	24,935343	17,416778	3,990462
2021	95,291724	28,003988	27,736194	19,420911	4,30044
2022	106,367881	29,112928	32,024959	22,355401	4,692798
2023	117,668763	31,040772	35,763455	24,336137	5,097147

Nguồn: Tổng cục Thống kê (2024)

Những kết quả này không chỉ phản ánh tiềm năng kinh tế lớn ở phía Đông tỉnh Gia Lai mà còn tạo nền tảng vững chắc để tỉnh tiếp tục phát triển các ngành kinh tế mũi nhọn, đặc biệt là du lịch làng nghề. Việc khai thác hiệu quả tài nguyên du lịch kết hợp với phát triển làng nghề không chỉ đóng góp vào tăng trưởng kinh tế mà còn giúp bảo tồn giá trị văn hóa truyền thống, tạo động lực cho phát triển bền vững trong tương lai.

3.1.3.2. Điều kiện xã hội

Dân số phía Đông tỉnh Gia Lai năm 2023 đạt 248,3 người/km², phản ánh sự phân bố dân cư khá đồng đều giữa các khu vực thành thị và nông thôn.

Bảng 3.3. Dân số phía Đông tỉnh Gia Lai

Diễn giải	Diện tích	Dân số trung bình (người)	Mật độ dân số (người/km ²)
Tổng số	6.066,4	1506.331	248,3
Thành phố Quy Nhơn	286,1	293.450	1.025,7
Huyện An Lão	696,9	28.190	40,5
Thị xã Hoài Nhơn	420,8	210.581	500,4
Huyện Hoài Ân	753,2	86.893	115,4
Huyện Phù Mỹ	556,1	163.423	293,9
Huyện Vĩnh Thạnh	716,9	30.993	43,2
Huyện Tây Sơn	692,2	117.304	169,5
Huyện Phù Cát	680,7	185.207	272,1
Thị xã An Nhơn	244,5	180.032	736,3
Huyện Tuy Phước	219,9	182.032	827,8
Huyện Vân Canh	799,1	28.226	35,3

Nguồn: Tổng cục Thống kê (2024)

Dân số và nguồn lao động của khu vực nghiên cứu tương đối dồi dào, tạo điều kiện cho phát triển dịch vụ và duy trì hoạt động nghề truyền thống tại địa phương.

Bảng 3.4. Dân số trung bình phía Đông tỉnh Gia Lai

ĐVT: người

Diễn giải	2019	2020	2021	2022	2023
Thành phố Quy Nhơn	290.229	290.255	293.263	292.991	293.450
Huyện An Lão	27.853	27.859	28.106	28.122	28.190
Thị xã Hoài Nhơn	208.121	208.133	211.802	210.295	210.581
Huyện Hoài Ân	85.752	85.757	87.719	86.775	86.893
Huyện Phù Mỹ	161.662	161.667	164.231	163.191	163.423
Huyện Vĩnh Thạnh	30.606	30.611	30.956	30.921	30.993
Huyện Tây Sơn	116.038	116.041	118.258	117.135	117.304
Huyện Phù Cát	183.551	183.557	186.381	184.926	185.207
Thị xã An Nhơn	175.816	175.821	177.262	180.019	180.032
Huyện Tuy Phước	180.300	180.307	182.216	181.752	182.032
Huyện Vân Canh	27.889	27.895	28.128	28.158	28.226
Tổng số	1.487.817	1.487.903	1.508.322	1.504.285	1.506.331

Nguồn: Tổng cục Thống kê (2024)

(Chú thích: Số liệu trong các bảng 3.3 và 3.4 được trích từ Tổng cục Thống kê (2024), phản ánh cơ cấu đơn vị hành chính tỉnh Bình Định trước thời điểm sáp nhập ngày 01/7/2025. Kể từ ngày 01/7/2025, theo Nghị quyết số 202/2025/QH15 của Quốc hội, địa bàn này được tích hợp vào tỉnh Gia Lai với tên gọi khu vực phía Đông tỉnh Gia Lai. Toàn bộ số liệu khảo sát thực tiễn trong luận án cũng được thu thập trong giai đoạn trước sáp nhập)

Trên địa bàn khu vực phía Đông tỉnh Gia Lai có 39 dân tộc cùng chung sống, trong đó đồng bào dân tộc thiểu số (DTTS) như Chăm, Ba Na và Hre chiếm tỷ lệ đáng kể, sinh sống chủ yếu tại 33 xã, thị trấn thuộc 6 huyện miền núi (UBND tỉnh Bình Định, 2023). Sự đa dạng về dân tộc, với các thực hành văn hóa và phong tục tập quán đặc trưng, là nguồn tài nguyên văn hóa quý giá cho phát triển du lịch văn hóa và du lịch làng nghề.

Về lao động, tổng số lao động từ 15 tuổi trở lên đang làm việc tại khu vực phía Đông tỉnh Gia Lai tăng nhẹ từ 828.602 người năm 2019 lên 833.119 người năm 2023, dù có sụt giảm năm 2021 (814.058 người) do ảnh hưởng của COVID-19. Khu vực ngoài Nhà nước luôn chiếm tỷ trọng lớn nhất, giữ vai trò chủ đạo trong tạo việc làm. Du lịch là ngành có đóng góp đáng kể: năm 2023, doanh thu lữ hành và hỗ trợ du lịch đạt 676,4 tỷ đồng, tổng doanh thu du lịch ước 7.571 tỷ đồng. Sự gia tăng dân số ổn định và nguồn lao động dồi dào là điều kiện thuận lợi để phát triển du lịch làng nghề theo hướng tạo thêm việc làm và cải thiện sinh kế cho cộng đồng địa phương.

Bảng 3.5. Lao động từ 15 tuổi trở lên đang làm việc hàng năm phân theo loại hình kinh tế

ĐVT: người

Năm	Tổng số	Kinh tế Nhà nước	Kinh tế ngoài Nhà nước	Khu vực có vốn đầu tư nước ngoài
2019	828.602	57.693	764.558	6.351
2020	831.398	59.622	766.009	5.767
2021	814.058	49.475	763.636	947
2022	825.838	61.752	760.220	3.866
2023	833.119	59.873	766.797	6.449

Nguồn: Tổng cục Thống kê (2024)

Du lịch là một trong những lĩnh vực có vai trò quan trọng trong tạo việc làm và thúc đẩy phát triển dịch vụ tại khu vực phía Đông tỉnh Gia Lai. Những năm gần đây, hoạt động du lịch của địa phương tiếp tục duy trì xu hướng tăng trưởng, góp phần mở rộng các hoạt động lưu trú, ăn uống, vận chuyển và dịch vụ hỗ trợ du lịch. Đây là điều kiện thuận lợi để phát triển du lịch làng nghề theo hướng tạo thêm việc làm, nâng cao thu nhập và đa dạng hóa sinh kế cho cộng đồng địa phương.

3.2. PHƯƠNG PHÁP TIẾP CẬN VÀ KHUNG PHÂN TÍCH

3.2.1. Phương pháp tiếp cận nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng kết hợp các phương pháp tiếp cận nhằm đảm bảo tính toàn diện và đa chiều trong việc đánh giá thực trạng phát triển du lịch làng nghề tại phía Đông tỉnh Gia Lai. Bốn phương pháp chính được áp dụng gồm:

a. Phương pháp tiếp cận có sự tham gia: Phương pháp này được sử dụng xuyên suốt nghiên cứu, tập trung vào việc thu thập thông tin và phân tích thông qua sự tham gia chia sẻ, trao đổi giữa các bên liên quan. Các nhóm tham gia bao gồm: hộ sản xuất tại làng nghề, cộng đồng địa phương, chính quyền các cấp, doanh nghiệp du lịch, chuyên gia và các bên liên quan khác. Cách tiếp cận này đảm bảo tính khách quan, phản ánh thực tế và khai thác triệt để các nguồn thông tin từ những người trực tiếp tham gia và ảnh hưởng bởi hoạt động du lịch làng nghề.

b. Phương pháp tiếp cận hệ thống và liên ngành: Phương pháp này giúp phân tích hoạt động làng nghề du lịch trong mối quan hệ với các thành phần kinh tế tại địa phương như hộ sản xuất, doanh nghiệp du lịch, và các cơ quan quản lý. Ngoài ra, phương pháp này còn xem xét ảnh hưởng từ các yếu tố nội tại (nguồn lực, năng lực sản xuất) và các yếu tố bên ngoài (chính sách vĩ mô, điều kiện tự nhiên, thị trường). Phân tích theo hệ thống và liên ngành giúp đánh giá hoạt động du lịch làng nghề trên các khía cạnh kinh tế, văn hóa, môi trường và chính trị, đảm bảo đề xuất giải pháp toàn diện và khả thi.

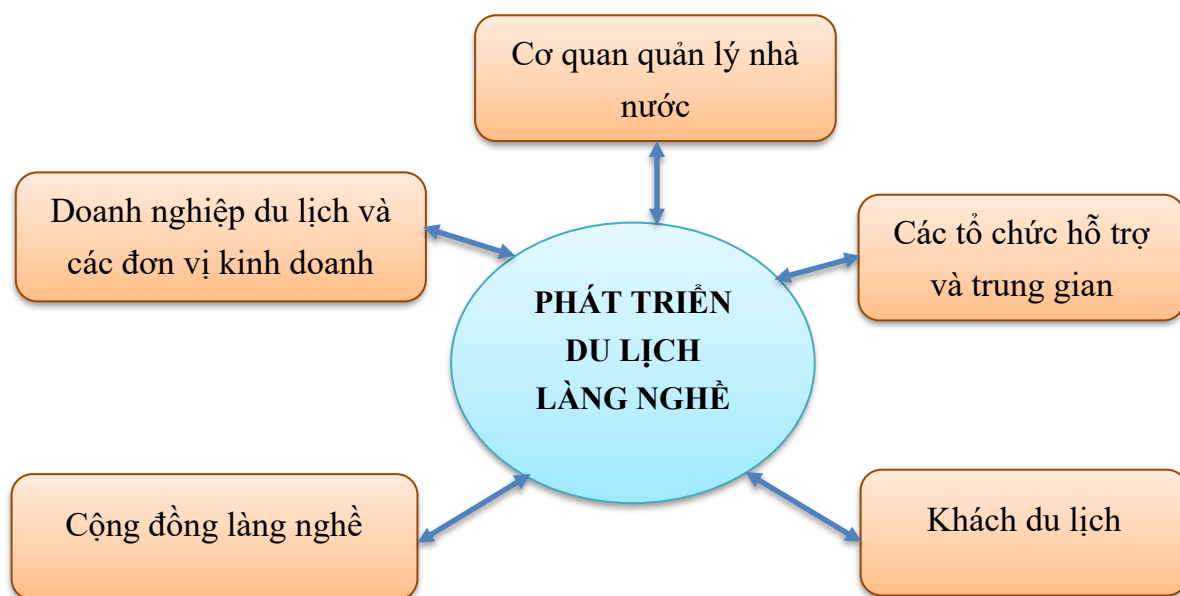
c. Tiếp cận theo đối tượng: Luận án tiếp cận phát triển du lịch làng nghề thông qua việc phân tách các nhóm đối tượng có vai trò khác nhau trong hoạt động du lịch, bao gồm: hộ sản xuất - cơ sở làng nghề, cộng đồng địa phương, doanh nghiệp lữ hành, khách du lịch, và cơ quan quản lý nhà nước các cấp. Mỗi nhóm đối tượng được xây dựng công cụ đo lường và nội dung khảo sát riêng, phù hợp với vai trò của họ trong chuỗi giá trị du lịch làng nghề: hộ sản xuất và cộng đồng được khảo sát về mức độ tham gia và lợi ích nhận được; doanh nghiệp lữ hành được khảo sát về khả năng liên kết tour tuyến; khách du lịch được khảo sát về mức độ hài lòng; cơ quan quản lý được phỏng vấn sâu về định hướng chính sách. Cách tiếp cận này cho phép thu thập dữ liệu đa chiều và đối chiếu, kiểm chứng chéo giữa các nguồn thông tin trong quá trình phân tích.

d. Tiếp cận phát triển bền vững: Luận án tiếp cận phát triển du lịch làng nghề theo ba trụ cột: kinh tế, xã hội - văn hóa và môi trường. Về kinh tế, nghiên cứu xem xét khả năng tạo thu nhập và đa dạng hóa sinh kế thông qua du lịch. Về xã hội - văn hóa, nghiên

cứ đánh giá mức độ bảo tồn giá trị nghề truyền thống và sự tham gia, hưởng lợi công bằng của cộng đồng. Về môi trường, nghiên cứu xem xét khả năng kiểm soát tác động của sản xuất và đón khách đến cảnh quan và sức chứa của điểm đến. Cách tiếp cận này phù hợp với định hướng chuyển đổi kép đã xác lập ở cơ sở lý luận, bảo đảm giải pháp đề xuất hướng tới cả tăng trưởng ngắn hạn lẫn khả năng duy trì giá trị nghề và chất lượng môi trường sống trong dài hạn.

3.2.2. Khung phân tích nghiên cứu

Dựa trên tổng quan tài liệu, cách tiếp cận vấn đề và đối tượng nghiên cứu được trình bày ở trên, nghiên cứu đề xuất sơ đồ mối liên quan giữa các bên trong phát triển du lịch làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai (Hình 3.2).



Hình 3.2. Các nhóm bên liên quan trong phát triển du lịch làng nghề

Nguồn: tác giả tổng hợp (2024)

(i) Khách du lịch là chủ thể tiêu dùng sản phẩm, dịch vụ và trải nghiệm tại làng nghề. Nhu cầu, hành vi, mức độ hài lòng và phản hồi của khách du lịch tác động trực tiếp đến định hướng phát triển sản phẩm;

(ii) Cộng đồng làng nghề: Bao gồm nghệ nhân, hộ sản xuất, người lao động, cư dân địa phương, tổ hợp tác, hợp tác xã và hiệp hội làng nghề. Đây là chủ thể trực tiếp bảo tồn nghề, sản xuất sản phẩm, cung cấp trải nghiệm và tham gia phân phối lợi ích từ du lịch;

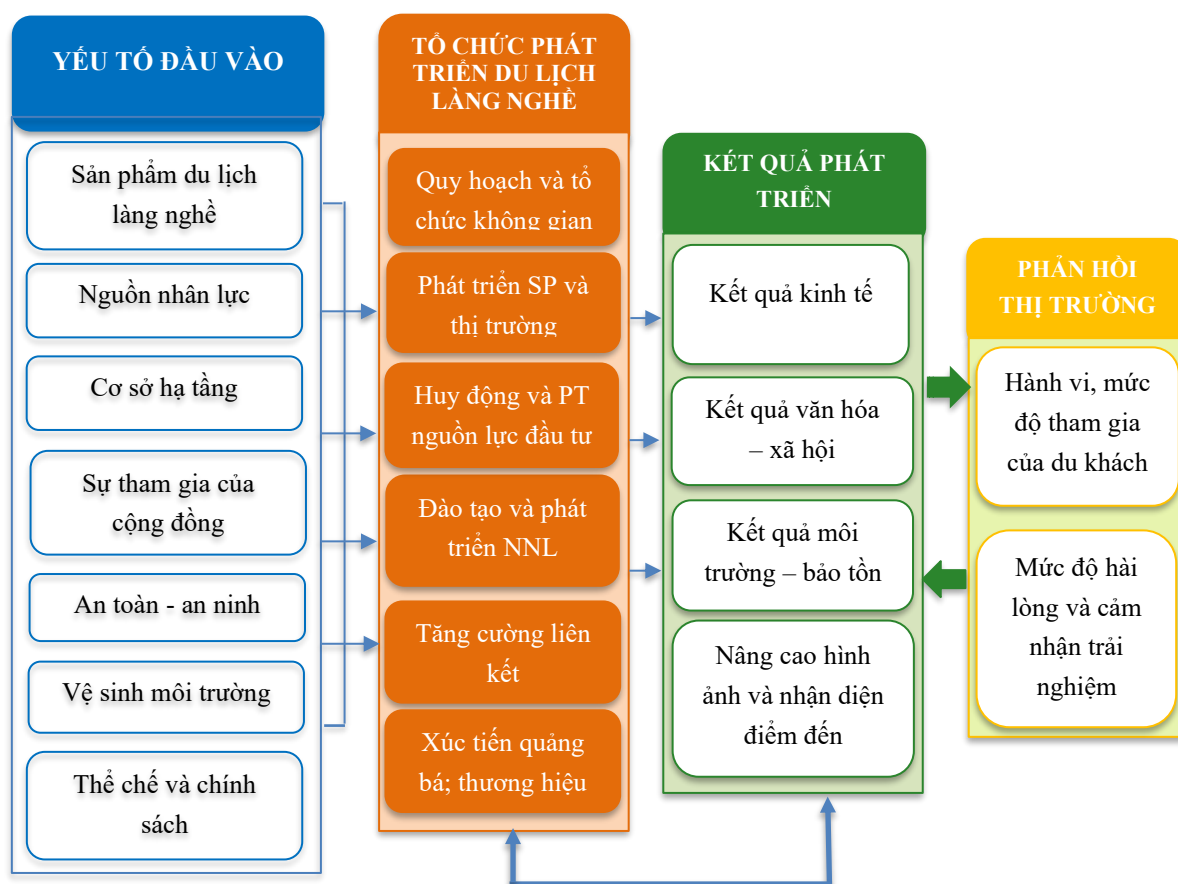
(iii) Doanh nghiệp du lịch và các đơn vị kinh doanh: bao gồm doanh nghiệp lữ hành, cơ sở lưu trú, vận chuyển, ăn uống, bán lẻ và các đơn vị cung cấp dịch vụ hỗ trợ.

Nhóm này có vai trò kết nối thị trường, xây dựng sản phẩm, tổ chức đón khách và đưa du khách đến làng nghề;

(iv) Các tổ chức hỗ trợ và trung gian: bao gồm cơ sở đào tạo, viện nghiên cứu, chuyên gia, tổ chức xã hội, tổ chức bảo tồn, cơ quan truyền thông, tổ chức tài chính và đơn vị xúc tiến du lịch. Nhóm này hỗ trợ về nghiên cứu, đào tạo nhân lực, tư vấn, vốn, công nghệ, quảng bá và bảo tồn văn hóa;

(v) Cơ quan quản lý nhà nước: bao gồm chính quyền các cấp và các cơ quan chuyên môn về du lịch, văn hóa, nông nghiệp, công thương, quy hoạch, tài nguyên và môi trường. Nhóm này thực hiện chức năng hoạch định chính sách, quy hoạch, quản lý, hỗ trợ và kiểm tra hoạt động phát triển du lịch làng nghề.

Dựa trên tổng quan nghiên cứu và khoảng trống đã xác định, luận án xây dựng khung phân tích PTDLLN ở Hình 3.3 theo logic đầu vào - tổ chức phát triển - kết quả, tích hợp cả phía cung và phía cầu.



Hình 3.3. Khung phân tích phát triển du lịch làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai

Nguồn: tác giả đề xuất

Theo đó, các nguồn lực và điều kiện sẵn có tại điểm đến đóng vai trò yếu tố đầu vào, được huy động và chuyển hóa thông qua quá trình tổ chức phát triển du lịch, để tạo ra kết quả đo lường được trên các phương diện kinh tế, văn hóa - xã hội, môi trường - bảo tồn và nâng cao hình ảnh nhận diện điểm đến. Vòng phản hồi từ hành vi và mức độ hài lòng của du khách tác động ngược trở lại, điều chỉnh cả đầu vào lẫn quá trình tổ chức theo thời gian.

Trong khung phân tích này, đầu vào gồm 7 yếu tố: sản phẩm làng nghề, triển nguồn nhân lực, cơ sở hạ tầng, sự tham gia của cộng đồng, an toàn - an ninh, vệ sinh môi trường và thể chế chính sách. Trong đó, sản phẩm làng nghề được tiếp cận như một yếu tố đầu vào phản ánh chất lượng và tiềm năng khai thác của sản phẩm nghề truyền thống, bao gồm tính độc đáo, giá trị văn hóa và khả năng tổ chức trải nghiệm, chứ không phải sản phẩm du lịch hoàn chỉnh, vốn là kết quả của quá trình tổ chức phát triển.

Sáu nội dung tổ chức phát triển gồm: quy hoạch không gian, phát triển sản phẩm và thị trường, huy động nguồn lực đầu tư, đào tạo nhân lực, tăng cường liên kết và xúc tiến quảng bá – thương hiệu. Kết quả được đo lường trên bốn phương diện: kinh tế, văn hóa - xã hội, môi trường - bảo tồn và nâng cao giá trị cạnh tranh điểm đến.

Khung phân tích trên phản ánh quan điểm tiếp cận của luận án: phát triển du lịch làng nghề là quá trình có cấu trúc, trong đó các nguồn lực đầu vào chỉ tạo ra giá trị khi được tổ chức và vận hành đúng cách, và hiệu quả thực sự được xác nhận qua phản hồi của thị trường.

3.3. THIẾT KẾ NGHIÊN CỨU VÀ ĐỊA BÀN KHẢO SÁT

3.3.1. Lựa chọn địa bàn khảo sát

Nghiên cứu được thực hiện tại khu vực phía Đông tỉnh Gia Lai (trước đây thuộc tỉnh Bình Định trước khi sáp nhập theo chủ trương sắp xếp đơn vị hành chính), gồm 04 địa bàn có mật độ làng nghề cao, được xác định có nhiều tiềm năng phát triển du lịch làng nghề, gồm: An Nhơn, Hoài Nhơn, Phù Cát và Phù Mỹ. Đây là các đơn vị hành chính cấp huyện trước thời điểm thực hiện mô hình chính quyền địa phương hai cấp từ ngày 01/7/2025.

Việc lựa chọn 04 địa bàn này dựa trên các cơ sở: (i) đây là khu vực tập trung số lượng làng nghề lớn và đa dạng nhất của phía Đông tỉnh Gia Lai, đại diện cho nhiều

nhóm nghề truyền thống khác nhau; (ii) các địa bàn đều có điều kiện thuận lợi về kết nối giao thông, thị trường, hạ tầng du lịch và mức độ tham gia của cộng đồng trong phát triển du lịch làng nghề; (iii) các địa phương đều được xác định là khu vực ưu tiên trong quy hoạch và các chương trình phát triển du lịch, bảo tồn làng nghề của tỉnh, tạo điều kiện thuận lợi để nghiên cứu quá trình chuyển hóa từ sản phẩm làng nghề sang sản phẩm du lịch.

Theo thống kê năm 2025, khu vực phía Đông tỉnh Gia Lai có 69 làng nghề, trong đó 27 làng nghề đã được công nhận theo Nghị định số 52/2018/NĐ-CP. Đây là nguồn tài nguyên quan trọng để phát triển du lịch làng nghề của địa phương.

3.3.2. Lựa chọn làng nghề khảo sát

Với quy mô 69 làng nghề, nghiên cứu không thực hiện điều tra toàn bộ mà áp dụng phương pháp chọn mẫu điển hình có chủ đích, nhằm lựa chọn các trường hợp nghiên cứu tiêu biểu, phù hợp với mục tiêu phân tích cơ chế phát triển DLLN. Các làng nghề được lựa chọn đáp ứng các tiêu chí:

- (i) làng nghề đã được công nhận theo quy định hiện hành;
- (ii) làng nghề có sản phẩm đặc trưng gắn với bản sắc địa phương;
- (iii) có tiềm năng hoặc đã tham gia hoạt động du lịch;
- (iv) có sản phẩm OCOP, nhãn hiệu tập thể hoặc giá trị văn hóa - lịch sử có khả năng phát triển thành sản phẩm du lịch.

Trên cơ sở đó, nghiên cứu chọn 08 làng nghề tiêu biểu (Bảng 3.6), chiếm gần 30% số làng nghề đã được công nhận trong khu vực nghiên cứu, phân bố trên 04 địa bàn nghiên cứu. Cụ thể: tại An Nhơn, lựa chọn 03 làng nghề gồm: rượu Bàu Đá, tiện gỗ mỹ nghệ Nhơn Hậu và mai cảnh Háo Đức. Tại Hoài Nhơn, lựa chọn làng nghề dệt chiếu cói Chương Hòa và làng nghề bánh tráng - bún số 8 Tăng Long 1. Tại Phù Cát, chọn làng nghề chằm nón ngựa Phú Gia. Tại Phù Mỹ, lựa chọn làng nghề bí đao khổng lồ Mỹ Thọ và làng nghề đan tre Mỹ Tài.

Các làng nghề được lựa chọn phản ánh sự khác biệt về điều kiện phát triển, khả năng kết nối giao thông, thị trường và mức độ khai thác du lịch. Đồng thời, các làng nghề này đại diện cho nhiều nhóm sản phẩm khác nhau như thủ công mỹ nghệ, chế biến thực phẩm, nông nghiệp đặc hữu và nghề truyền thống gắn với giá trị di sản văn hóa. Sự

đa dạng này giúp luận án đánh giá toàn diện các điều kiện và cơ chế phát triển du lịch làng nghề trong khu vực nghiên cứu.

Bảng 3.6. Phân bố làng nghề khảo sát trên khu vực nghiên cứu

STT	Làng nghề khảo sát	Xã/phường trước điều chỉnh	Huyện/thị xã trước điều chỉnh	Xã/phường sau điều chỉnh
1	Rượu Bàu Đá	Xã Nhơn Lộc	TX. An Nhơn	Xã An Nhơn Tây
2	Tiện gỗ mỹ nghệ Nhơn Hậu	Xã Nhơn Hậu	TX. An Nhơn	Phường An Nhơn
3	Mai cảnh Háo Đức	Xã Nhơn An	TX. An Nhơn	Phường An Nhơn Đông
4	Nón ngựa Phú Gia	Xã Cát Tường	H. Phù Cát	Xã Xuân An
5	Dệt chiếu cói Chương Hòa	P. Hoài Châu Bắc	TX. Hoài Nhơn	Phường Hoài Nhơn Bắc
6	Bánh tráng - bún số 8 Tăng Long 1	P. Tam Quan Bắc	TX. Hoài Nhơn	Phường Hoài Nhơn Bắc
7	Bí đao khổng lồ Mỹ Thọ	Xã Mỹ Thọ	H. Phù Mỹ	Xã Phù Mỹ Đông
8	Đan tre Mỹ Tài	Xã Mỹ Tài	H. Phù Mỹ	Xã Phù Mỹ Nam

Nguồn: Tác giả tổng hợp theo địa bàn khảo sát và thông tin điều chỉnh hành chính (2025)

3.3.3. Thiết kế nghiên cứu và đối tượng khảo sát

Luận án áp dụng thiết kế nghiên cứu hỗn hợp theo mô hình tuần tự khám phá, trong đó nghiên cứu định tính được thực hiện trước nhằm nhận diện vấn đề, hiệu chỉnh thang đo và xây dựng công cụ khảo sát; kết quả sau đó được kiểm chứng bằng nghiên cứu định lượng trên mẫu khảo sát chính thức theo nguyên tắc đối chiếu và bổ trợ giữa hai nguồn dữ liệu (Carter và cs., 2014; Creswell & Creswell, 2018).

a. Đối tượng tham gia đánh giá nghiên cứu sơ bộ

Nghiên cứu sơ bộ được thực hiện qua ba công cụ: thảo luận nhóm tập trung (02 cuộc/huyện–thị xã, mỗi nhóm 6-10 người), tham vấn chuyên gia (20 chuyên gia/nhà quản lý có chuyên môn về du lịch, làng nghề và quản trị điểm đến, khoảng 05 người/huyện, thị xã) và khảo sát thử pilot test (40 phiếu hộ sản xuất và 120 phiếu khách du lịch). Mục tiêu của giai đoạn này là nhận diện vấn đề nghiên cứu, hiệu chỉnh thang đo, hoàn thiện bảng

hỏi và thu thập các bằng chứng định tính phục vụ diễn giải kết quả định lượng ở giai đoạn nghiên cứu chính thức.

b. Đối tượng tham gia khảo sát chính thức

Khảo sát chính thức được triển khai trên bốn nhóm đối tượng nhằm thu thập dữ liệu đa chiều từ các chủ thể tham gia trực tiếp hoặc có ảnh hưởng đến quá trình phát triển du lịch làng nghề, gồm: (i) hộ sản xuất/cơ sở làng nghề, (ii) doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ lữ hành, (iii) khách du lịch, và (iv) cán bộ quản lý nhà nước/chuyên gia. Việc lựa chọn các nhóm khảo sát dựa trên cách tiếp cận các bên liên quan, bảo đảm phản ánh đầy đủ cả phía cung, phía cầu và chủ thể quản lý trong chuỗi giá trị du lịch làng nghề. Cỡ mẫu và phương thức chọn mẫu của từng nhóm được xác định phù hợp với quy mô tổng thể, đặc điểm phân bố và mục tiêu phân tích của nghiên cứu, nhằm bảo đảm tính đại diện và độ tin cậy của dữ liệu thu thập.

3.4. PHƯƠNG PHÁP THU THẬP THÔNG TIN

3.4.1. Thu thập thông tin thứ cấp

Thông tin và dữ liệu thứ cấp được thu thập từ nhiều nguồn có độ tin cậy cao nhằm xây dựng cơ sở lý luận, phân tích bối cảnh nghiên cứu và đối chiếu với kết quả điều tra sơ cấp. Các nguồn dữ liệu bao gồm tài liệu khoa học đã công bố, văn bản pháp lý, báo cáo thống kê và tài liệu quản lý chuyên ngành của các cơ quan trung ương và địa phương.

Bảng 3.7. Nguồn thu thập thông tin thứ cấp

TT	Thông tin thu thập	Nguồn thu thập
1	Cơ sở lý luận và thực tiễn về phát triển du lịch làng nghề trong nước và quốc tế	Công trình nghiên cứu đã công bố; văn bản pháp quy về du lịch, làng nghề
2	Điều kiện tự nhiên, kinh tế - xã hội và hoạt động du lịch khu vực phía Đông tỉnh Gia Lai	Sở Nông nghiệp và Môi trường; Cục Thống kê tỉnh; Trung tâm Khuyến nông; Niên giám Thống kê; Trung tâm Xúc tiến Du lịch tỉnh
3	Số liệu sản xuất làng nghề, lượng khách du lịch, cơ sở hạ tầng	UBND các huyện Phù Cát, Phù Mỹ, thị xã Hoài Nhơn, An Nhơn (trước điều chỉnh hành chính hai cấp)
4	Tài liệu quy hoạch, chiến lược, chính sách phát triển du lịch làng nghề	Kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội địa phương; báo cáo hội nghị liên quan đến làng nghề

Nguồn dữ liệu thứ cấp được sử dụng để xây dựng khung nghiên cứu, lựa chọn địa bàn khảo sát và đối chiếu, kiểm chứng kết quả thu được từ điều tra sơ cấp.

3.4.2. Thu thập thông tin sơ cấp

Sau khi hoàn thiện công cụ khảo sát từ nghiên cứu sơ bộ, nghiên cứu tiến hành thu thập dữ liệu sơ cấp phục vụ phân tích thực trạng và kiểm định mô hình nghiên cứu. Dữ liệu được thu thập bằng ba phương pháp gồm khảo sát bằng bảng hỏi, phỏng vấn sâu và thảo luận nhóm tập trung (FGD), tương ứng với từng nhóm đối tượng nghiên cứu.

a. Cỡ mẫu và phương pháp chọn mẫu

Bảng 3.8 trình bày đối tượng khảo sát, quy mô mẫu và phương thức thu thập thông tin sơ cấp của nghiên cứu.

Bảng 3.8. Đối tượng, số lượng và cách thức thu thập thông tin sơ cấp

Đối tượng	Cỡ mẫu (phát ra/hợp lệ)	Cách thức	Nội dung thu thập	Nội dung phân tích
1. Hộ sản xuất/cơ sở làng nghề	400/371	Khảo sát bằng bảng hỏi trực tiếp	Điều kiện sản xuất, mức độ tham gia du lịch, triển khai đánh giá yếu tố ảnh hưởng	Thực trạng phát triển sản phẩm, nguồn lực đầu tư, nguồn nhân lực
2. Doanh nghiệp lữ hành (quốc tế và nội địa)	72/57	Khảo sát bằng bảng hỏi trực tiếp	Khả năng liên kết tour tuyến, cung ứng dịch kết và vụ, khó khăn thị trường quảng bá	Thực trạng liên kết và xúc tiến
3. Khách du lịch (nội địa và quốc tế)	450/433 (421 nội địa, 12 quốc tế)	Khảo sát bằng bảng hỏi trực tiếp, có hỗ trợ của hướng dẫn viên đối với khách quốc tế	Mức độ hài lòng, đánh giá sản phẩm du lịch, hành vi tiêu dùng	Kết quả phát triển DLLN và phân tích yếu tố ảnh hưởng
4. Cán bộ quản lý nhà nước/chuyên gia	50 người	Phỏng vấn sâu	Định hướng chính sách, năng lực điều phối, đánh giá thực trạng và đề xuất giải pháp	Thực trạng quy hoạch và thể chế chính sách

Đối với hộ sản xuất/cơ sở làng nghề, tổng thể nghiên cứu gồm 2.474 hộ tại 4 địa phương khảo sát. Cỡ mẫu tối thiểu được xác định theo công thức Slovin (1960) với sai số 5%, đạt 344 mẫu. Để tăng độ tin cậy và bù cho các phiếu không hợp lệ, nghiên cứu phát ra 400 bảng hỏi và thu về 371 phiếu hợp lệ (đạt 92,75%). Mẫu được phân bổ theo tỷ lệ số hộ của từng địa phương (Bảng 3.9)

Bảng 3.9. Cỡ mẫu điều tra hộ tại các địa phương khảo sát

Địa phương	Tổng thể (N)	Tỷ lệ (%)	Cỡ mẫu (n)	Phát ra (n)	Hợp lệ (n)
Phù Cát	80	3,23	11	25	19
Phù Mỹ	240	9,70	33	45	37
An Nhơn	1.654	66,86	230	245	236
Hoài Nhơn	500	20,21	70	85	79
Tổng		100	344	400	371

Đối với doanh nghiệp lữ hành, tại thời điểm khảo sát, khu vực nghiên cứu có 72 doanh nghiệp (gồm 16 doanh nghiệp lữ hành quốc tế và 56 doanh nghiệp lữ hành nội địa). Do quy mô tổng thể không lớn, nghiên cứu áp dụng điều tra toàn bộ, gửi bảng hỏi đến tất cả doanh nghiệp và 57 phiếu hợp lệ.

Đối với khách du lịch, tổng lượt khách đến khu vực nghiên cứu năm 2022 đạt 4.120.000 lượt. Áp dụng công thức Slovin (1960) với sai số 5%, cỡ mẫu tối thiểu là 400 khách. Trên thực tế, nghiên cứu phát ra 450 phiếu điều tra và thu về 433 phiếu hợp lệ, gồm 421 khách nội địa và 12 khách quốc tế. Cơ cấu mẫu được trình bày tại Bảng 3.10.

Bảng 3.10. Cỡ mẫu điều tra khách du lịch

Lượt khách	Tổng thể (N)	Tỷ lệ (%)	Cỡ mẫu (n)	Phát ra (n)	Hợp lệ (n)
Khách nội địa	4.041.011	98,08	392	425	421
Khách quốc tế	78.989	1,92	8	25	12
Tổng	4.120.000	100	400	450	433

Đối với cán bộ quản lý và chuyên gia, nghiên cứu lựa chọn 50 người theo phương pháp chọn mẫu có chủ đích. Các đối tượng được lựa chọn đều có kinh nghiệm quản lý hoặc nghiên cứu trong lĩnh vực du lịch, làng nghề và phát triển địa phương nhằm cung cấp thông tin chuyên sâu phục vụ phân tích thực trạng và đề xuất giải pháp.

Tóm lại, nghiên cứu sử dụng kết hợp nhiều phương pháp chọn mẫu phù hợp với từng nhóm đối tượng, bao gồm chọn mẫu xác suất theo quy mô tổng thể đối với hộ sản xuất và khách du lịch, điều tra toàn bộ đối với doanh nghiệp lữ hành và chọn mẫu có chủ đích đối với cán bộ quản lý, chuyên gia. Cách tiếp cận này giúp bảo đảm cả tính đại diện của dữ liệu định lượng và chiều sâu của thông tin chuyên gia.

b. Quy trình phỏng vấn

Việc thu thập thông tin sơ cấp được triển khai trực tiếp tại địa bàn nghiên cứu theo quy trình thống nhất đối với từng nhóm đối tượng nhằm bảo đảm chất lượng và tính nhất quán của dữ liệu.

Đối với hộ sản xuất/cơ sở làng nghề: Khảo sát hộ sản xuất được thực hiện bằng hình thức phỏng vấn trực tiếp tại các hộ và cơ sở sản xuất thuộc tám làng nghề được lựa chọn nghiên cứu. Đối tượng trả lời là chủ hộ hoặc người trực tiếp tham gia sản xuất và có hiểu biết về hoạt động du lịch tại làng nghề. Điều tra viên giới thiệu mục đích nghiên cứu, hướng dẫn cách trả lời bảng hỏi và giải thích các nội dung khi người được khảo sát chưa hiểu rõ. Sau khi hoàn thành, toàn bộ phiếu được kiểm tra ngay tại hiện trường nhằm hạn chế tình trạng bỏ sót câu hỏi hoặc trả lời thiếu nhất quán.

Đối với khách du lịch: Khảo sát khách du lịch được thực hiện bằng bảng hỏi trực tiếp tại các điểm làng nghề sau khi khách đã hoàn thành hoạt động tham quan hoặc trải nghiệm. Việc lựa chọn thời điểm khảo sát sau chuyến tham quan nhằm bảo đảm người trả lời đã có đầy đủ trải nghiệm để đánh giá các nội dung liên quan đến sản phẩm du lịch, chất lượng dịch vụ và mức độ hài lòng. Đối với khách quốc tế, quá trình khảo sát được hỗ trợ bởi hướng dẫn viên hoặc người thông thạo ngoại ngữ để bảo đảm nội dung câu hỏi được truyền đạt thống nhất.

Nhằm hạn chế sai lệch do tính mùa vụ của hoạt động du lịch, khảo sát được triển khai trong hai đợt tương ứng với mùa khô và mùa mưa. Cách tiếp cận này giúp phản ánh đầy đủ hơn sự biến động về lượng khách và trải nghiệm du lịch tại địa bàn nghiên cứu.

Đối với doanh nghiệp kinh doanh dịch vụ lữ hành: Khảo sát doanh nghiệp được thực hiện thông qua bảng hỏi gửi trực tiếp đến người đại diện doanh nghiệp hoặc cán bộ phụ trách hoạt động kinh doanh lữ hành và xây dựng sản phẩm du lịch. Nội dung khảo sát tập trung vào khả năng liên kết tour, tuyến với các làng nghề, đánh giá tiềm năng khai thác sản

phẩm du lịch làng nghề, các khó khăn trong quá trình hợp tác cũng như đề xuất nhằm tăng cường liên kết giữa doanh nghiệp với địa phương và cộng đồng làng nghề.

Đối với cán bộ quản lý và chuyên gia: Thông tin được thu thập thông qua phỏng vấn sâu theo hình thức bán cấu trúc. Các cuộc phỏng vấn được thực hiện trực tiếp dựa trên bộ câu hỏi, linh hoạt khai thác thêm các nội dung phát sinh liên quan đến quy hoạch, cơ chế chính sách, quản lý điểm đến, huy động nguồn lực và định hướng phát triển du lịch làng nghề. Nội dung trao đổi được ghi chép đầy đủ và tổng hợp theo các chủ đề nghiên cứu để đối chiếu, bổ sung và giải thích cho kết quả phân tích định lượng.

3.5. PHƯƠNG PHÁP XỬ LÝ VÀ PHÂN TÍCH THÔNG TIN

3.5.1. Phương pháp xử lý dữ liệu

Dữ liệu thu thập từ điều tra sơ cấp được kiểm tra tính đầy đủ và hợp lệ trước khi tiến hành mã hóa và nhập liệu trên phần mềm SPSS 24.0. Các bảng hỏi không đầy đủ thông tin hoặc có dấu hiệu trả lời thiếu nhất quán được loại khỏi tập dữ liệu phân tích. Dữ liệu thứ cấp được hệ thống hóa theo chủ đề và thời gian nhằm phục vụ phân tích bối cảnh, đánh giá thực trạng và đối chiếu với kết quả khảo sát sơ cấp.

Kết quả nghiên cứu được trình bày dưới dạng bảng, biểu đồ và sơ đồ nhằm minh họa đặc điểm mẫu khảo sát, thực trạng phát triển du lịch làng nghề và mối quan hệ giữa các biến nghiên cứu. Việc xử lý dữ liệu theo quy trình thống nhất góp phần bảo đảm tính chính xác, khách quan và độ tin cậy của các kết quả phân tích.

3.5.2. Phương pháp thống kê mô tả và so sánh

a) Thống kê mô tả: được sử dụng để phản ánh đặc điểm của mẫu khảo sát và thực trạng phát triển du lịch làng nghề tại khu vực nghiên cứu. Các chỉ tiêu gồm tần suất, tỷ lệ, giá trị trung bình, độ lệch chuẩn được sử dụng để mô tả đặc điểm của các nhóm đối tượng khảo sát, mức độ đánh giá đối với các yếu tố nghiên cứu và kết quả phát triển du lịch làng nghề.

b) Phương pháp so sánh: được sử dụng để phân tích sự khác biệt giữa các địa bàn khảo sát, giữa các nhóm đối tượng nghiên cứu và giữa các giai đoạn phát triển thông qua dữ liệu thứ cấp. Kết quả so sánh là cơ sở nhận diện những điểm tương đồng, khác biệt và xu hướng phát triển, từ đó xác định các vấn đề trọng tâm cần ưu tiên trong phát triển du lịch làng nghề.

3.5.3. Phương pháp phân tích dữ liệu định tính

Dữ liệu thu thập từ thảo luận nhóm tập trung (FGD) và phỏng vấn sâu chuyên gia được xử lý theo phương pháp phân tích chủ đề của Braun & Clarke (2006). Quá trình phân tích được thực hiện thông qua các bước: đọc và làm quen với dữ liệu, mã hóa nội dung, hình thành chủ đề, rà soát và hoàn thiện các chủ đề nghiên cứu.

Việc mã hóa được thực hiện theo hướng kết hợp giữa diễn dịch và quy nạp (Fereday & Muir, 2006). Các chủ đề vừa được xây dựng trên cơ sở khung lý thuyết nghiên cứu, vừa được bổ sung từ những nội dung nổi lên trong quá trình thảo luận với nghệ nhân, hộ sản xuất và chuyên gia. Kết quả phân tích định tính được sử dụng để bổ sung, kiểm chứng và luận giải các phát hiện từ phân tích định lượng, đồng thời làm rõ thực trạng phát triển DLLN và đề xuất các giải pháp phù hợp với bối cảnh địa phương.

3.5.4. Phương pháp phân tích định lượng

a. Xây dựng thang đo

Trên cơ sở kết quả tổng hợp từ nghiên cứu định tính, kết hợp với việc kế thừa có chọn lọc các thang đo đã được kiểm định trong những nghiên cứu trước, nghiên cứu tiến hành điều chỉnh và hoàn thiện hệ thống thang đo nhằm bảo đảm sự phù hợp với đặc điểm và bối cảnh phát triển du lịch làng nghề (DLLN) tại khu vực phía Đông tỉnh Gia Lai. Việc xây dựng thang đo được thực hiện theo hướng vừa bảo đảm cơ sở lý thuyết và tính kế thừa của các nghiên cứu trước, vừa phản ánh được những đặc trưng về điều kiện kinh tế - xã hội, nguồn lực địa phương và hoạt động du lịch làng nghề tại địa bàn nghiên cứu.

Mô hình nghiên cứu gồm bảy nhóm biến độc lập, đại diện cho các yếu tố được kỳ vọng có ảnh hưởng đến phát triển DLLN, bao gồm: sản phẩm du lịch làng nghề (SPDLLN), cơ sở hạ tầng (CSHT), nguồn nhân lực (NNL), an toàn - an ninh (ATAN), vệ sinh môi trường (VSMT), sự tham gia của cộng đồng địa phương (CDDP), và thể chế chính sách (TCCS); nhóm biến phụ thuộc: phát triển du lịch làng nghề (PTDLLN) và sự hài lòng của du khách (SHL). Toàn bộ biến quan sát được đo lường bằng thang đo Likert 5 điểm, từ 1 (Hoàn toàn không đồng ý) đến 5 (Hoàn toàn đồng ý).

Bảng 3.11 tổng hợp các nhóm biến trong mô hình, số lượng biến quan sát tương ứng và nguồn tham khảo được sử dụng để xây dựng thang đo. Nội dung cụ thể của từng biến quan sát, bao gồm mã hóa và các chỉ báo đo lường, được trình bày chi tiết tại Phụ lục 3, Bảng 1.

Bảng 3.11. Tổng hợp thang đo các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai

Nhóm biến	Số biến quan sát	Nội dung thang đo	Nguồn tham khảo
SPDLLN	5	Tính độc đáo, đặc trưng riêng, khả năng trải nghiệm làm sản phẩm, hoạt động lễ hội/trình diễn, dịch vụ mua sắm	Vũ Thị Hải Anh & Lâm Phạm Thị Hải Hà (2023); Trương Trí Thông (2021); Chhabra & cs. (2003); Zhu & cs. (2023); Kartika & cs. (2020)
NNL	5	Hướng dẫn viên, thái độ - kỹ năng phục vụ, kiến thức - kỹ năng du lịch của cộng đồng, sự sẵn sàng giúp đỡ	Trương Trí Thông (2021); Vũ Thị Hải Anh & Lâm Phạm Thị Hải Hà (2023); Parasuraman & cs. (1988)
CSHT	6	Giao thông, lưu trú, ăn uống, không gian trưng bày, chất lượng đường, biển chỉ dẫn	Trương Trí Thông (2021); Dwyer & Kim (2003); Ritchie & Crouch (2003)
CDDP	4	Tham gia cung cấp dịch vụ, sự hiếu khách, bảo vệ môi trường - bảo tồn văn hóa, chủ động kinh doanh du lịch	Nguyễn Công Đệ (2022); Nguyễn Thị Thuý Ngân (2024); Tosun (1999); Choi & Sirakaya (2005).
ATAN	4	Kiểm soát trộm cắp/lôi kéo khách, an toàn thực phẩm, thách giá, lao động trẻ em	Vũ Thị Hải Anh & Lâm Phạm Thị Hải Hà (2023); George (2010)
VSMT	4	Sạch sẽ cơ sở sản xuất, nhà vệ sinh công cộng, bãi đỗ xe, thùng đựng rác	Trương Trí Thông (2021); Echtner & Ritchie (1993)
TCCS	4	Phổ biến chính sách đầu tư, môi trường đầu tư minh bạch, phân bổ nguồn lực, định hướng chiến lược - tour tuyến	Nguyễn Công Đệ (2022); UNWTO (2023); Bramwell & Lane (2011); Hall (2019)
PTDLLN	3	Sức hút du lịch, năng lực cạnh tranh, nét đặc trưng địa phương	Nguyễn Thị Thuý Ngân (2024); Ritchie & Crouch (2003); Hiroyuki (2012); Dwyer & Kim (2003)
SHL	5	Công tác tổ chức, ấn tượng, trải nghiệm thú vị, giới thiệu cho người khác, dự định quay lại	Nguyễn Công Đệ (2022); Yoon & Uysal (2005); Baker & Crompton (2000)

Nguồn: Tác giả tổng hợp (2024)

b. Kiểm định độ tin cậy của thang đo

Độ tin cậy của các thang đo được đánh giá thông qua hệ số Cronbach's Alpha nhằm kiểm tra mức độ nhất quán nội tại giữa các biến quan sát. Theo Hair & cs., (2019), thang đo được chấp nhận khi hệ số Cronbach's Alpha đạt từ 0,70 trở lên và hệ số tương quan biến – tổng của từng biến đạt từ 0,30 trở lên. Những biến không đáp ứng các tiêu chuẩn này sẽ được loại bỏ trước khi thực hiện phân tích nhân tố khám phá.

c. Phân tích nhân tố khám phá (EFA)

Sau khi kiểm định độ tin cậy của thang đo, nghiên cứu sử dụng phương pháp phân tích nhân tố khám phá (Exploratory Factor Analysis - EFA) với phương pháp trích Principal Component Analysis và phép quay Varimax nhằm rút gọn các biến quan sát thành các nhân tố đại diện.

Việc thực hiện EFA dựa trên các tiêu chuẩn: (i) KMO: $0,50 < KMO < 1,0$ và Bartlett's Test có Sig. $< 0,05$ (Hoàng Trọng & Chu Nguyễn Mộng Ngọc, 2005); (ii) giữ lại các nhân tố có Eigenvalue > 1 (Kaiser, 1974); (iii) tổng phương sai trích $\geq 50\%$ (Hair & cs., 2019); (iv) hệ số tải nhân tố (Factor Loading) $\geq 0,50$, đồng thời không xảy ra hiện tượng tải chéo giữa các nhân tố.

Các nhân tố được rút ra từ EFA được sử dụng làm biến đầu vào cho mô hình hồi quy nhằm kiểm định các giả thuyết nghiên cứu.

d. Phân tích hồi quy đa biến

Trên cơ sở các nhân tố được xác định từ EFA, nghiên cứu sử dụng mô hình hồi quy tuyến tính đa biến để kiểm định mức độ và chiều hướng tác động của các yếu tố đến phát triển DLLN.

Mô hình hồi quy được xác định: $Y = \beta_0 + \sum \beta_i F_i + \varepsilon$

Trong đó: Y là Phát triển du lịch làng nghề (PTDLLN); β_0 là hệ số chặn; β_i là hệ số hồi quy của nhân tố F_i ; F_i là điểm nhân tố thứ i; ε là sai số ngẫu nhiên.

Các giả thuyết nghiên cứu (H1–H7) được kiểm định thông qua hệ số hồi quy chuẩn hóa (Standardized Beta) và mức ý nghĩa thống kê (Sig.). Đồng thời, mức độ phù hợp của mô hình được đánh giá thông qua hệ số xác định hiệu chỉnh (Adjusted R^2) và kiểm định F. Các giả định của mô hình hồi quy cũng được kiểm tra thông qua hệ số phóng đại phương sai ($VIF < 10$) nhằm phát hiện hiện tượng đa cộng tuyến và hệ số Durbin-Watson trong khoảng từ 1,5 đến 2,5 để đánh giá hiện tượng tự tương quan của phần dư (Hair & cs., 2019).

3.5.5. Phương pháp phân tích SWOT

Trên cơ sở tổng hợp kết quả phân tích định lượng, phân tích định tính và các nguồn dữ liệu thứ cấp, nghiên cứu sử dụng ma trận SWOT nhằm hệ thống hóa các yếu tố nội tại và bối cảnh bên ngoài tác động đến phát triển du lịch làng nghề tại khu vực phía Đông tỉnh Gia Lai.

Bảng 3.12. Ma trận SWOT trong nghiên cứu phát triển du lịch làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai

MT bên trong MT bên ngoài	Điểm mạnh: S (Strength) Các điểm mạnh từ bên trong tỉnh Gia Lai về các làng nghề	Điểm yếu: W (Weakness) Các điểm yếu từ bên trong Gia Lai về các làng nghề
Cơ hội: O (Opportunities) Những cơ hội thuận lợi từ bên ngoài tác động đến phát triển du lịch làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai	Phối hợp (S-O): Phát huy điểm mạnh để tận dụng cơ hội phát triển du lịch làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai.	Phối hợp (W-O): Khắc phục điểm yếu để tận dụng cơ hội phát triển du lịch làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai.
Nguy cơ: T (Threats) Các thách thức, khó khăn từ bên ngoài tác động đến phát triển du lịch làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai.	Phối hợp (S-T): Phát huy điểm mạnh để khắc phục thách thức và rủi ro cho phát triển du lịch làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai.	Phối hợp (W-T): Khắc phục điểm yếu để tránh nguy cơ cho phát triển du lịch làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai.

Nguồn: tác giả tổng hợp

Ma trận SWOT được xây dựng theo bốn nhóm yếu tố: điểm mạnh (Strengths), điểm yếu (Weaknesses), cơ hội (Opportunities) và thách thức (Threats). Trên cơ sở đó, nghiên cứu xác định các nhóm chiến lược S-O, W-O, S-T và W-T nhằm đề xuất hệ thống giải pháp phát triển du lịch làng nghề phù hợp với điều kiện thực tiễn của địa phương trong giai đoạn tới. Cấu trúc ma trận SWOT được trình bày tại Bảng 3.12.

3.6. HỆ THỐNG CHỈ TIÊU ĐÁNH GIÁ VÀ CHỈ TIÊU NGHIÊN CỨU

3.6.1. Nhóm tiêu chí đánh giá thực trạng phát triển du lịch làng nghề

Đánh giá thực trạng phát triển du lịch làng nghề được thực hiện trên cơ sở tổng hợp các nghiên cứu về phát triển du lịch nông thôn, du lịch làng nghề và quản trị điểm đến của Bùi Trọng Tiến Bảo (2024), Nguyễn Công Độ (2022), Phan Kim Ngân (2022),

Vũ Văn Đông (2014) cùng các tài liệu của UNWTO (2023). Trên cơ sở kế thừa và điều chỉnh cho phù hợp với mục tiêu nghiên cứu, luận án xây dựng hệ thống chỉ tiêu đánh giá thực trạng theo ba nhóm: (i) điều kiện phát triển của điểm đến; (ii) thực trạng hoạt động du lịch làng nghề; và (iii) các nguồn lực hỗ trợ phát triển. Hệ thống chỉ tiêu này được sử dụng xuyên suốt trong phân tích thực trạng tại địa bàn nghiên cứu.

Bảng 3.13. Hệ thống chỉ tiêu đánh giá thực trạng phát triển du lịch làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai

Nhóm chỉ tiêu	Nội dung đánh giá	Chỉ tiêu cụ thể
Điều kiện phát triển điểm đến	Đánh giá điều kiện nền tảng phục vụ phát triển du lịch làng nghề	(i) Tài nguyên và giá trị làng nghề; (ii) Vị trí địa lý và khả năng tiếp cận; (iii) Cơ sở hạ tầng và hạ tầng du lịch; (iv) Điều kiện môi trường và cảnh quan
Hoạt động phát triển du lịch làng nghề	Đánh giá quy mô và mức độ phát triển hoạt động du lịch	(i) Hệ thống sản phẩm du lịch làng nghề; (ii) Lượng khách và thị trường khách; (iii) Hoạt động liên kết tour, tuyến; (iv) Hoạt động quảng bá, xúc tiến; (v) Chuyển đổi xanh và bảo tồn giá trị làng nghề
Nguồn lực hỗ trợ phát triển	Đánh giá các nguồn lực phục vụ phát triển du lịch làng nghề	(i) Nguồn nhân lực; (ii) Sự tham gia của cộng đồng; (iii) Vai trò của doanh nghiệp; (iv) Cơ chế, chính sách hỗ trợ phát triển

Nguồn: tác giả tổng hợp

Hệ thống chỉ tiêu trên không chỉ phản ánh toàn diện bối cảnh phát triển du lịch làng nghề mà còn là căn cứ để đối chiếu giữa điều kiện thực tiễn với kết quả phân tích định lượng về các yếu tố ảnh hưởng.

3.6.2. Nhóm tiêu chí đo lường các kết quả và hiệu quả du lịch làng nghề

Để đánh giá kết quả và hiệu quả phát triển du lịch làng nghề, luận án sử dụng cách tiếp cận phát triển bền vững với ba trụ cột gồm kinh tế, xã hội và môi trường. Hệ thống chỉ tiêu được kế thừa có chọn lọc từ Nguyễn Công Độ (2022), Vũ Văn Đông (2014) và tham chiếu định hướng phát triển du lịch bền vững của UNWTO (2023), đồng thời điều chỉnh phù hợp với điều kiện phát triển du lịch làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai.

Các chỉ tiêu này được sử dụng để đánh giá mức độ đạt được của hoạt động du lịch làng nghề, đồng thời làm căn cứ đề xuất các giải pháp phát triển.

Bảng 3.14. Hệ thống tiêu chí đánh giá kết quả phát triển du lịch làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai

Nhóm kết quả	Nội dung đánh giá	Chỉ tiêu cụ thể
Kinh tế	Đánh giá đóng góp của du lịch làng nghề đối với phát triển kinh tế địa phương	(i) Gia tăng thu nhập cho hộ làng nghề; (ii) Tạo việc làm và mở rộng sinh kế; (iii) Gia tăng tiêu thụ sản phẩm làng nghề; (iv) Nâng cao khả năng thu hút khách và phát triển thị trường
Xã hội - văn hóa	Đánh giá tác động của du lịch đối với cộng đồng và bảo tồn giá trị truyền thống	(i) Bảo tồn và phát huy giá trị nghề truyền thống; (ii) Tăng cường sự tham gia của cộng đồng; (iii) Quảng bá bản sắc văn hóa địa phương; (iv) Hạn chế phát sinh các vấn đề xã hội; (v) Nâng cao hình ảnh điểm đến
Môi trường	Đánh giá tác động của hoạt động du lịch đối với môi trường làng nghề	(i) Bảo vệ tài nguyên và cảnh quan; (ii) Cải thiện vệ sinh môi trường; (iii) Nâng cao ý thức bảo vệ môi trường của cộng đồng và du khách; (iv) Kiểm soát ô nhiễm và thúc đẩy phát triển du lịch theo hướng xanh

Nguồn: Tác giả tổng hợp

Hệ thống chỉ tiêu trên là cơ sở để đánh giá kết quả phát triển du lịch làng nghề dưới góc độ phát triển bền vững, đồng thời làm căn cứ đối chiếu giữa thực trạng phát triển, kết quả phân tích các yếu tố ảnh hưởng và hệ thống giải pháp được đề xuất trong luận án.

TÓM TẮT PHẦN 3

Phần 3 trình bày thiết kế nghiên cứu kết hợp định tính, định lượng theo mô hình tuần tự khám phá, áp dụng cho địa bàn phía Đông tỉnh Gia Lai. Tám làng nghề tiêu biểu được lựa chọn theo phương pháp chọn mẫu điển hình có chủ đích; dữ liệu sơ cấp được thu thập từ bốn nhóm đối tượng liên quan bằng khảo sát bảng hỏi, thảo luận nhóm và phỏng vấn sâu, kết hợp với dữ liệu thứ cấp từ các cơ quan quản lý địa phương. Phương pháp phân tích gồm thống kê mô tả, so sánh, kiểm định độ tin cậy thang đo, phân tích nhân tố khám phá (EFA) và hồi quy đa biến nhằm lượng hóa tác động của bảy yếu tố ảnh hưởng, kết hợp phân tích SWOT làm căn cứ đề xuất giải pháp.

PHẦN 4. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN

4.1. THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DU LỊCH LÀNG NGHỀ PHÍA ĐÔNG TỈNH GIA LAI

4.1.1. Quy hoạch và tổ chức không gian du lịch làng nghề

Quy hoạch giữ vai trò định hướng tổ chức không gian phát triển và hình thành hệ thống điểm đến du lịch làng nghề tại phía Đông tỉnh Gia Lai. Theo Nghị định số 52/2018/NĐ-CP, khu vực nghiên cứu hiện có 69 làng nghề thuộc năm nhóm ngành nghề chính, gồm: (i) chế biến nông - lâm - thủy sản; (ii) thủ công mỹ nghệ; (iii) xử lý nguyên vật liệu; (iv) sản xuất đồ gỗ, mây tre, dệt may và cơ khí nhỏ; (v) nhóm sinh vật cảnh. Trong đó, 27 làng nghề đã được công nhận theo quy định hiện hành, tạo nền tảng pháp lý bước đầu cho phát triển du lịch. Tuy nhiên, chỉ 12 làng nghề có sản phẩm OCOP đạt từ 3 sao trở lên, phản ánh sự chênh lệch đáng kể về mức độ chuẩn hóa sản phẩm giữa các địa phương và cho thấy năng lực tham gia thị trường du lịch vẫn chưa đồng đều.

Về định hướng phát triển, du lịch làng nghề đã được tích hợp trong nhiều văn bản quy hoạch và chiến lược phát triển của địa phương, như Đề án thí điểm phát triển du lịch làng nghề truyền thống đến năm 2025 (Quyết định số 3027/QĐ-UBND), Quy hoạch tỉnh thời kỳ 2021 - 2030 (Quyết định số 1619/QĐ-TTg) và Chương trình bảo tồn, phát triển làng nghề giai đoạn 2021 - 2030 (Quyết định số 801/QĐ-TTg). Trên cơ sở đó, một số làng nghề như rượu Bầu Đá, chằm nón ngựa Phú Gia, bánh tráng - bún số 8 Tăng Long 1 và bí đao Mỹ Thọ được lựa chọn làm điểm phát triển ưu tiên.

Tuy nhiên, các định hướng này chủ yếu mới dừng ở cấp độ tích hợp trong quy hoạch tổng thể, chưa cụ thể thành quy hoạch không gian chuyên biệt cho du lịch làng nghề. Các điểm thí điểm phân bố dọc các trục Quốc lộ 1A và Quốc lộ 19, cách trung tâm Quy Nhơn khoảng 20 đến 85 km, nhưng chưa được tổ chức thành các cụm tuyến liên kết có chức năng bổ trợ lẫn nhau. Vì vậy, mục tiêu xây dựng hệ thống tuyến và điểm du lịch làng nghề theo Quyết định số 801/QĐ-TTg vẫn chưa được chuyển hóa thành cấu trúc không gian có tính ràng buộc ở cấp tỉnh. Hệ quả là các làng nghề vẫn phát triển như những điểm đến độc lập, chưa tạo được hiệu ứng cộng hưởng về dòng khách, thời gian lưu trú và doanh thu.

Mức độ bao phủ của quy hoạch đối với các làng nghề cũng còn hạn chế. Theo Viện Nghiên cứu Phát triển Du lịch Việt Nam (2023), chỉ khoảng 40% làng nghề có tiềm năng du lịch được đưa vào các chương trình phát triển chính thức; trong khi Sở Công Thương (2024) cho biết, chỉ khoảng 25% làng nghề được đầu tư cơ sở vật chất phục vụ du lịch. Kết quả khảo sát của luận án phản ánh xu hướng tương tự từ góc nhìn của các chủ thể địa phương. Mặc dù 72% chuyên gia và cán bộ quản lý đánh giá quy hoạch hiện hành có ý nghĩa định hướng, chỉ khoảng 40% hộ sản xuất cho rằng quy hoạch góp phần nâng cao nhận diện thương hiệu, và chỉ 30% cho biết làng nghề của họ đã được lồng ghép vào các tuyến du lịch cụ thể (Phụ lục 2, Bảng 4). Sự tương đồng giữa nguồn dữ liệu thứ cấp và khảo sát thực địa cho thấy quy hoạch hiện nay chủ yếu phát huy tác dụng ở cấp hoạch định chính sách, trong khi tác động trực tiếp đến hoạt động du lịch của các hộ sản xuất vẫn còn rất hạn chế.

Khảo sát thực địa cho thấy sự thiếu đồng bộ của quy hoạch được phản ánh rõ trong cách tổ chức không gian tại các làng nghề. Hoạt động du lịch hiện tồn tại dưới ba mô hình khác nhau. Mô hình phổ biến nhất là tổ chức phân tán theo từng hộ sản xuất, trong đó du khách trực tiếp di chuyển giữa các hộ để quan sát quy trình sản xuất, trải nghiệm nghề và mua sản phẩm tại chỗ. Mô hình này duy trì được tính chân thực của trải nghiệm nhưng gây khó khăn cho việc điều phối khách, đầu tư hạ tầng dùng chung và kiểm soát chất lượng dịch vụ.

Một dạng khác là các làng nghề có sức hút chủ yếu dựa trên điều kiện ngoại sinh hơn là năng lực tổ chức du lịch. Điển hình là làng mai cảnh Háo Đức, nơi lượng khách lớn hình thành nhờ vị trí thuận lợi trên trục Quốc lộ 1A và giá trị thương hiệu mai cảnh An Nhơn - Bình Định đã được biết đến rộng rãi trên phạm vi cả nước, tiêu thụ lượng lớn vào dịp Tết Nguyên đán. Tuy nhiên, khách đến chủ yếu là khách vắng lai tự phát; hoạt động tham quan vẫn diễn ra tại từng hộ, còn khu vực trưng bày tập trung chỉ hình thành theo mùa vụ và đến nay vẫn chưa được kết nối với các tour du lịch chính thức. Tình trạng tương tự cũng xuất hiện tại làng đan tre Mỹ Tài, nơi khách chủ yếu tự thiết kế hành trình. Điều này cho thấy lợi thế về vị trí hoặc thương hiệu sản phẩm có thể tạo ra dòng khách ban đầu nhưng chưa đủ để hình thành một điểm đến du lịch vận hành ổn định nếu thiếu tổ chức không gian và liên kết thị trường.

Ngược lại, một số làng nghề như dệt chiếu cói Chương Hòa và chằm nón ngựa Phú Gia đã có nhà truyền thống hoặc trụ sở hợp tác xã phục vụ sinh hoạt cộng đồng. Tuy nhiên, các công trình này hiện mới đảm nhận chức năng giới thiệu nghề hoặc hỗ trợ sản xuất, chưa được khai thác như trung tâm điều phối hoạt động du lịch. Đây là nhóm làng nghề có lợi thế tương đối về hạ tầng ban đầu và có khả năng chuyển đổi thành không gian đón khách với chi phí đầu tư thấp hơn so với việc xây dựng mới hoàn toàn.

Việc chuyển sang mô hình chính quyền địa phương hai cấp từ ngày 01/7/2025 tiếp tục đặt ra những yêu cầu mới đối với quy hoạch không gian du lịch làng nghề. Trước đây, bốn huyện khảo sát đồng thời thực hiện chức năng quy hoạch và điều phối phát triển trong phạm vi địa phương, nhưng thiếu cơ chế liên kết liên huyện. Sau khi Luật số 72/2025/QH15 ban hành ngày 16/06/2025 tập trung thẩm quyền quy hoạch tuyến du lịch liên xã về cấp tỉnh, trong khi Thông tư số 09/2025/TT-BVHTTDL chỉ giao cho cấp xã các nhiệm vụ quản lý hành chính cơ bản, điều kiện để xây dựng một quy hoạch không gian thống nhất về nguyên tắc đã được hình thành. Tuy nhiên, trong giai đoạn chuyển tiếp, cấp xã còn thiếu năng lực quản lý điểu đến, còn cấp tỉnh chưa ban hành quy hoạch chuyên biệt thay thế vai trò điều phối trước đây của cấp huyện. Khoảng trống quản trị này làm gia tăng nguy cơ tiếp tục duy trì tình trạng phát triển phân tán của các làng nghề.

Những hạn chế của quy hoạch du lịch làng nghề tại phía Đông tỉnh Gia Lai không nằm ở việc thiếu định hướng phát triển, mà ở khoảng cách giữa định hướng quy hoạch và tổ chức không gian thực tế tại điểu đến. Ba mô hình tổ chức không gian hiện đang cùng tồn tại, cho thấy ba mức độ phát triển khác nhau của các làng nghề và không thể áp dụng một khuôn mẫu quy hoạch thống nhất cho toàn bộ hệ thống. Thay vào đó, quy hoạch cần được thiết kế theo đặc điểu vận hành của từng nhóm làng nghề, trên cơ sở tăng cường liên kết không gian, khai thác hiệu quả mạng lưới hộ sản xuất và từng bước hình thành các cụm, tuyến du lịch có khả năng tạo giá trị gia tăng cao hơn.

4.1.2. Phát triển sản phẩm và thị trường du lịch làng nghề

Trong bối cảnh nhu cầu du lịch trải nghiệm và khám phá văn hóa bản địa ngày càng gia tăng, phát triển du lịch làng nghề được xem là hướng đa dạng hóa quan trọng của hệ thống sản phẩm du lịch tỉnh Gia Lai. Tuy nhiên, cơ cấu thị trường khách hiện nay vẫn phụ thuộc gần như hoàn toàn vào khách nội địa. Năm 2024, tỉnh đón khoảng 9,2 triệu lượt

khách, trong đó khách nội địa chiếm trên 99%, còn khách quốc tế chỉ đạt 93.850 lượt; tổng doanh thu du lịch ước đạt 25.500 tỷ đồng (Hoài Phương, 2024).

Cơ cấu này chịu ảnh hưởng trực tiếp từ năng lực kết nối thị trường quốc tế. Cảng hàng không Phù Cát hiện chưa khai thác các đường bay quốc tế thường lệ mà chủ yếu tiếp nhận các chuyến bay charter theo mùa vụ, trước hết với thị trường Hàn Quốc và đang mở rộng sang một số thị trường khác (Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam, 2020). Mặc dù Hàn Quốc và Trung Quốc đều thuộc nhóm thị trường gửi khách lớn nhất của du lịch Việt Nam (Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam, 2026), khả năng tiếp cận của tỉnh vẫn còn hạn chế do phụ thuộc vào kết nối hàng không và hoạt động xúc tiến. Trong ngắn hạn, khách nội địa vẫn tiếp tục là thị trường trọng tâm của du lịch làng nghề.

Ở quy mô toàn vùng, năm 2025 khu vực phía Đông tỉnh Gia Lai có 69 làng nghề, trong đó 27 làng nghề được công nhận theo Nghị định số 52/2018/NĐ-CP. Tuy nhiên, chỉ 12 làng nghề có sản phẩm đạt chứng nhận OCOP từ 3 sao trở lên, cho thấy khoảng cách đáng kể giữa tiềm năng tài nguyên và mức độ chuẩn hóa sản phẩm phục vụ du lịch. Mức độ phát triển giữa các địa bàn cũng có sự phân hóa rõ rệt. An Nhơn nổi bật về quy mô và số lượng làng nghề (16/24 làng nghề truyền thống được công nhận), với cơ cấu ngành nghề đa dạng từ thủ công mỹ nghệ đến chế biến thực phẩm, tạo nền tảng thuận lợi để hình thành hệ sản phẩm du lịch phong phú. Trong khi đó, Hoài Nhơn có quy mô làng nghề nhỏ hơn nhưng lại nổi bật về mức độ chuẩn hóa, thể hiện qua số lượng sản phẩm OCOP và nhãn hiệu tập thể cao hơn. Ngược lại, Phù Mỹ chủ yếu vẫn duy trì các sản phẩm truyền thống, chưa tham gia nhiều vào hệ thống OCOP, làm hạn chế khả năng thương mại hóa và phát triển thành sản phẩm du lịch.

Để làm rõ hơn thực trạng phát triển ở cấp độ từng làng nghề, Bảng 4.1 tổng hợp tình trạng phát triển của tám làng nghề được lựa chọn khảo sát.

Bảng 4.1 cho thấy quá trình chuyển hóa từ làng nghề truyền thống sang điểm đến du lịch vẫn còn ở giai đoạn đầu. Trong số 27 làng nghề được công nhận, chỉ 08 làng hình thành hoạt động du lịch có thể ghi nhận, tương đương khoảng 30%; chỉ 06 trong 08 làng khảo sát có sản phẩm đã đạt chứng nhận OCOP, cao hơn đáng kể so với mặt bằng chung của toàn vùng. Thực tế này phản ánh xu hướng, các điểm đến được lựa chọn phát triển du lịch thường cũng là những nơi có mức độ chuẩn hóa sản phẩm cao hơn.

Bảng 4.1. Sản phẩm và hoạt động du lịch tại các làng nghề khảo sát

Làng nghề	Sản phẩm đặc trưng	Chứng nhận OCOP	Hoạt động du lịch hiện có	Tình trạng liên kết tour
Rượu Bầu Đá	Rượu truyền thống	3 sao và 4 sao	Tham quan cơ sở sản xuất, thử rượu, mua sản phẩm	Đã có
Tiện gỗ mỹ nghệ Nhơn Hậu	Đồ gỗ mỹ nghệ	3 sao	Tham quan xưởng sản xuất	Đã có
Mai cảnh Háo Đức	Mai cảnh	3 sao	Tham quan, chụp ảnh theo mùa	Tự phát
Chằm nón ngựa Phú Gia	Nón ngựa	3 sao (*)	Tham quan, trải nghiệm làm nón	Đã có
Dệt chiếu cói Chương Hòa	Chiếu cói	3 sao	Tham quan quy trình dệt	Đã có
Bánh tráng – bún Tăng Long 1	Bánh tráng, bún truyền thống	3 sao	Trải nghiệm làm bánh, ẩm thực	Đã có
Đan tre Mỹ Tài	Sản phẩm tre đan	Chưa có	Tham quan cơ sở sản xuất	Tự phát
Bí đao không lồ Mỹ Thọ	Nông sản đặc hữu	Chưa có	Tham quan vùng sản xuất, mua sản phẩm	Đã có

**Nón ngựa Phú Gia có nhãn hiệu chứng nhận, đồng thời được công nhận Di sản văn hóa phi vật thể quốc gia (QĐ số 956/QĐ-BVHTTDL, 09/4/2024)*

Nguồn: Tổng cục Thống kê tỉnh Bình Định, 2025.

Ở góc độ thị trường, 6/8 làng nghề đã được doanh nghiệp lữ hành đưa vào chương trình tham quan. Tuy nhiên, OCOP chỉ đóng vai trò hỗ trợ, chưa mang tính quyết định đối với khả năng hình thành tour. Bí đao Mỹ Thọ là trường hợp ngoại lệ, được khai thác chủ yếu nhờ vị trí nằm trong cụm điểm du lịch biển đảo hiện hữu. Ngược lại, mai cảnh Háo Đức dù đạt chứng nhận OCOP và có lượng khách lớn nhất nhóm vẫn chưa hình thành tour chính thức, do sức hút chủ yếu đến từ vị trí giao thông thuận lợi và thương hiệu sản phẩm. Điều này cho thấy khả năng tham gia thị trường phụ thuộc đồng thời vào chất lượng sản phẩm, khả năng kết nối và năng lực tổ chức điểm đến, thay vì chỉ dựa vào chuẩn hóa OCOP.

Đối với sáu làng nghề đã được đưa vào tour, hoạt động khai thác vẫn chủ yếu theo mô hình trải nghiệm phân tán tại hộ gia đình. Doanh nghiệp lữ hành đảm nhiệm

chủ yếu chức năng kết nối hành trình, trong khi chất lượng trải nghiệm phụ thuộc vào từng cơ sở sản xuất. Một số làng nghề như rượu Bàu Đá, bánh tráng - bún số 8 Tăng Long 1 và chằm nón ngựa Phú Gia đã bước đầu tổ chức trải nghiệm trực tiếp, song còn hạn chế về thuyết minh, không gian trưng bày và dịch vụ hỗ trợ. Vì vậy, liên kết tour mới giải quyết được khả năng đưa khách đến, còn việc chuyển hóa lượt khách thành giá trị kinh tế vẫn phụ thuộc vào chất lượng sản phẩm và năng lực tổ chức trải nghiệm tại điểm đến.

Bảng 4.2. Tổng hợp thông tin về hoạt động của các làng nghề truyền thống phía Đông tỉnh Gia Lai

Tên làng nghề	Số hộ làm nghề	Số hộ làm thường xuyên	Thu nhập trung bình (triệu đồng/tháng)	Khách du lịch tham quan	Khó khăn chính
Bánh tráng - Bún số 8 Tăng Long 1	40	20	4,5	Có, nhưng ít	Mùa mưa ngừng hoạt động; đầu ra khó khăn
Bí đao khổng lồ Mỹ Thọ	30	30	3,5	Có	Thời gian kinh doanh ngắn; thiếu đầu mối tiêu thụ
Dệt chiếu cói Chương Hòa	500	150	5	Có, nhưng ít	Sản phẩm bán chậm; thiếu kênh tiêu thụ ổn định
Chằm nón ngựa Phú Gia	200	200	4,2	Có, nhiều	Bán chậm; thiếu kênh tiêu thụ ổn định
Trồng mai cảnh Háo Đức	1500	1500	6	Có, nhiều	Thời gian kinh doanh ngắn; thiếu đầu mối tiêu thụ
Đan tre Mỹ Tài	50	50	3	Có, nhưng ít	Nguyên liệu tre cạn kiệt; bán ra hạn chế
Rượu Bàu Đá	34	25	5	Có, nhiều	Khó tìm đầu ra; giá nguyên vật liệu cao
Tiện gỗ mỹ nghệ Nhơn Hậu	120	120	4,8	Có, nhiều	Bán chậm; thiếu kênh tiêu thụ ổn định

Nguồn: Tác giả khảo sát thực địa (2024)

Bên dưới lớp sản phẩm và tour tuyến là năng lực vận hành thực tế của từng làng

nghề, thể hiện qua tỷ lệ hộ thực sự gắn bó với nghề. Bảng 4.2 cho thấy quy mô sản xuất thực tế giữa các làng nghề có sự khác biệt đáng kể. Tại nhiều làng nghề, số hộ duy trì nghề truyền thống thấp hơn nhiều so với tổng số hộ sinh sống trong làng, có thể nói rằng nghề truyền thống chỉ còn đóng vai trò sinh kế phụ đối với một bộ phận cư dân; làm giảm khả năng tổ chức các hoạt động trải nghiệm có tính ổn định, bởi hoạt động sản xuất không còn diễn ra thường xuyên tại tất cả các hộ.

Thu nhập bình quân giữa các làng nghề cũng có xu hướng tương đồng với khả năng thu hút khách. Những làng nghề có lượng khách lớn như mai cảnh Háo Đức, rượu Bàu Đá và chiếu cói Chương Hòa đều ghi nhận mức thu nhập cao hơn nhóm còn lại. Điều này cho thấy du lịch đã bắt đầu tạo ra giá trị bổ sung đối với sinh kế của người dân, mặc dù mức độ đóng góp còn khác biệt giữa các làng nghề.

Bảng 4.3. Doanh thu các làng nghề giai đoạn 2019 - 2024

ĐVT: triệu đồng

TT	Nhóm ngành nghề	2019	2022	2023	2024	Tốc độ tăng trưởng (%/năm)
I	Chế biến, bảo quản nông, lâm, thủy sản					
1	LNTT Rượu Bàu Đá	26.640,00	10.000,00	10.500,00	8.700,00	-20,05
2	Bánh tráng - Bún số 8 Tăng Long 1	30.800	47.500,00	42.000,00	43.000,00	6,90
II	Sản xuất hàng thủ công mỹ nghệ					
3	LN Tiện gỗ mỹ nghệ Nhơn Hậu	80.000	29.000,00	29.000,00	29.000,00	-18,37
4	LN Chăm Nón ngựa Phú Gia	5.300,00	3.176,80	3.176,80	3.170,00	-9,77
III	Sản xuất đồ gỗ, mây tre đan, gốm sứ, thủy tinh, dệt may, cơ khí nhỏ					
5	LN dệt chiếu cói Chương Hòa	820	1.836,80	1.836,80	1.600,00	14,30
6	LN đan tre Mỹ Tài	46.700,00	46.700,00	46.700,00	32.700,00	-6,88
IV	Sản xuất và kinh doanh sinh vật cảnh					
7	LN trồng mai cảnh Háo Đức	69.504,00	45.280,00	45.280,00	45.300,00	-8,21
8	Làng Bí đao khổng lồ Mỹ Thọ	2.600,00	3.200,00	3.370,00	3.150,00	3,91
	Tổng cộng	262.364,00	186.694,00	181.864,00	166.620,00	-8,68

Nguồn: Sở Nông nghiệp và phát triển nông thôn tỉnh Bình Định (2025)

Xét theo chuỗi thời gian giai đoạn 2019-2024, tổng doanh thu của các làng nghề giảm từ 262.364 triệu đồng xuống còn 166.620 triệu đồng, tương ứng tốc độ tăng trưởng kép (CAGR) đạt -8,68%/năm, có 5 trong 8 làng nghề ghi nhận doanh thu giảm. Đáng chú ý, rượu Bàu Đá và tiện gỗ Nhơn Hậu là hai trường hợp sụt giảm mạnh nhất mặc dù đều thuộc nhóm có lượng khách tương đối cao. Ngược lại, một số làng nghề có doanh thu tăng như chiếu cói Chương Hòa, bánh tráng - bún số 8 Tăng Long 1 và bí đao khổng lồ Mỹ Thọ nhưng mức tăng chưa ổn định qua các năm. Hoạt động tham quan hiện nay chủ yếu dừng ở việc quan sát quy trình sản xuất, chụp ảnh và mua sắm nhỏ lẻ; các dịch vụ có khả năng tạo giá trị gia tăng cao như trải nghiệm có thu phí, hướng dẫn chuyên sâu, lưu trú hoặc tiêu dùng dịch vụ tại chỗ hầu như chưa được hình thành. Nguồn thu của phần lớn làng nghề vẫn phụ thuộc chủ yếu vào tiêu thụ sản phẩm truyền thống thay vì doanh thu từ hoạt động du lịch. Điều này chứng tỏ rằng, khả năng chuyển hóa dòng khách thành giá trị kinh tế còn hạn chế.

Kết quả khảo sát hộ sản xuất cùng với các ý kiến thu thập từ thảo luận nhóm cho thấy nghịch lý này bắt nguồn từ ba nguyên nhân chính. Thứ nhất, hoạt động trải nghiệm còn mang tính tự phát và thiếu kịch bản tổ chức nên chưa tạo được dòng chi tiêu ổn định. Thứ hai, không gian trưng bày và giới thiệu sản phẩm còn hạn chế, đặc biệt đối với các làng nghề thủ công có giá trị cảm nhận cao. Thứ ba, hoạt động sản xuất vẫn chịu tác động của tính mùa vụ, khó khăn về nguyên liệu và đầu ra, làm giảm khả năng duy trì nguồn cung ổn định cho du lịch.

Hộp 4.1. Ý kiến về hạn chế trong tổ chức hoạt động trải nghiệm

Bà Huỳnh T. M. D., một nghệ nhân lâu năm tại làng nghề, chia sẻ:

"Nhiều du khách đến tham quan nhưng chưa có chương trình trải nghiệm hay giới thiệu bài bản về nghề nấu rượu. Nếu tổ chức các tour kết hợp với các điểm du lịch khác trong tỉnh, không chỉ sản phẩm rượu được quảng bá tốt hơn mà còn giúp tăng thu nhập từ du lịch cho người dân."

Bà Trần T. S., một hộ sản xuất khác, nhận định:

"Hoạt động đón khách hiện còn tự phát, thiếu người hướng dẫn và không gian trải nghiệm. Cần có cơ chế phối hợp giữa các hộ sản xuất và công ty lữ hành để hình thành tour bài bản, từ đó mới chuyển hóa được lượng khách thành doanh thu ổn định cho làng nghề."

Ngoài yếu tố trải nghiệm, hạn chế về không gian trưng bày, quảng bá sản phẩm cũng là một rào cản lớn đối với khả năng tiếp cận thị trường của các làng nghề.

Hộp 4.2. Thực trạng và không gian trưng bày tại Làng nghề Tiện gỗ Nhơn Hậu

Ông Bùi V. P. - Đại diện làng nghề Tiện gỗ Nhơn Hậu cho biết:

"Chúng tôi có nhiều du khách đến tham quan, nhưng do không có khu vực trưng bày chuyên nghiệp nên sản phẩm khó tiếp cận khách hàng. Nếu có sự đầu tư về showroom và hệ thống quảng bá, sản phẩm của làng nghề sẽ có cơ hội phát triển tốt hơn."

Ở cấp độ sản xuất, các khó khăn về nguyên liệu, tính mùa vụ và đầu ra thị trường tiếp tục làm suy giảm tính bền vững của hoạt động làng nghề.

Hộp 4.3. Ý kiến của nghệ nhân về điều kiện sản xuất và tiêu thụ sản phẩm

Bà Huỳnh Thị H., một nghệ nhân lâu năm, chia sẻ:

"Trước đây, chúng tôi có thể chủ động nguyên liệu, nhưng giờ phải nhập từ nơi khác, vừa tốn chi phí vừa không đảm bảo chất lượng đồng đều. Bên cạnh đó, mùa mưa khiến sản xuất gián đoạn, trong khi sản phẩm chủ yếu tiêu thụ qua các kênh nhỏ lẻ, chưa có hệ thống phân phối lớn, khiến đầu ra thiếu bền vững."

Bà Võ T.P L, nghệ nhân làng nghề dệt chiếu cói Chương Hòa, chia sẻ:

"Nguyên liệu ngày càng khan hiếm, giá thành cao nhưng đầu ra vẫn bấp bênh. Nếu có thể khai thác du lịch trải nghiệm, như cho khách trực tiếp tham gia dệt chiếu, làng nghề có thể không chỉ mở rộng đầu ra mà còn nâng cao giá trị sản phẩm."

Điểm chung xuyên suốt ba ý kiến cho thấy vấn đề cốt lõi hiện nay không phải khả năng thu hút khách, mà ở năng lực tổ chức sản phẩm du lịch để chuyển hóa lượng khách thành doanh thu và giá trị kinh tế bền vững.

Nhìn chung, kết quả phân tích cho thấy khoảng cách giữa sản phẩm làng nghề và sản phẩm du lịch không chủ yếu xuất phát từ bản thân nghề truyền thống, mà từ năng lực tổ chức trải nghiệm và kết nối thị trường. Các làng nghề khảo sát đang vận hành theo những cơ chế tạo giá trị khác nhau, từ trải nghiệm kỹ năng nghề đến trải nghiệm mua sắm và tiêu dùng sản phẩm, nhưng đều chưa hoàn thiện chuỗi giá trị du lịch tại điểm đến. Điều này cho thấy thách thức hiện nay không phải là tạo thêm sản phẩm làng nghề mới, mà là chuyển hóa các nguồn lực nghề truyền thống hiện có thành sản phẩm du lịch có khả năng tạo giá trị gia tăng cao và duy trì sức cạnh tranh trên thị trường.

4.1.3. Nguồn lực đầu tư và hiệu quả sử dụng nguồn lực

(1) Quy mô và cơ cấu nguồn lực đầu tư

Nguồn lực đầu tư là điều kiện nền tảng để chuyển hóa làng nghề từ không gian sản xuất truyền thống thành không gian có khả năng khai thác du lịch. Trong giai đoạn 2019 - 2024, quy mô đầu tư cho phát triển du lịch làng nghề tại khu vực phía Đông tỉnh Gia Lai có xu hướng gia tăng cả về giá trị lẫn phạm vi hỗ trợ. Tổng ngân sách đầu tư dành cho lĩnh vực này đạt khoảng 350 tỷ đồng trong giai đoạn 2019 - 2023, tương đương khoảng 10% tổng chi đầu tư cho du lịch toàn tỉnh, và tăng lên khoảng 400 tỷ đồng vào năm 2024, chiếm khoảng 12% tổng ngân sách đầu tư cho ngành du lịch. Cùng với đó, số làng nghề được hỗ trợ từ ngân sách nhà nước tăng từ 15 lên 18 làng, trong khi số làng nghề có sự tham gia đầu tư của doanh nghiệp tăng từ 10 lên 12 làng (Phụ lục 2, Bảng 5). Xu hướng này cho thấy phát triển du lịch làng nghề đã từng bước được quan tâm hơn trong phân bổ nguồn lực của địa phương.

Tuy nhiên, tốc độ gia tăng nguồn vốn chưa đồng nghĩa với sự cải thiện tương ứng về năng lực phát triển điểm đến. Xét trên toàn bộ 69 làng nghề của khu vực nghiên cứu, phạm vi được tiếp cận nguồn lực đầu tư vẫn còn khá hạn chế, đặc biệt đối với các hạng mục có ý nghĩa trực tiếp đối với hoạt động du lịch như không gian trải nghiệm, hạ tầng đón khách, hệ thống trưng bày sản phẩm và các dịch vụ hỗ trợ. Nguồn lực đầu tư hiện nay vẫn chủ yếu mang tính hỗ trợ ban đầu, chưa đủ để tạo ra sự chuyển biến rõ nét trong quá trình chuyển đổi từ làng nghề sản xuất sang làng nghề gắn với phát triển du lịch.

Cơ cấu nguồn vốn cũng phản ánh khá rõ đặc điểm của quá trình phát triển này. Phần lớn nguồn lực vẫn đến từ khu vực công, với 18 làng nghề nhận được hỗ trợ từ ngân sách nhà nước, trong khi khu vực doanh nghiệp mới tham gia đầu tư tại 12 làng nghề. Điều đó cho thấy Nhà nước vẫn đang giữ vai trò khởi tạo thị trường thông qua đầu tư hạ tầng và hỗ trợ ban đầu, còn khu vực tư nhân chủ yếu lựa chọn những làng nghề đã hình thành sản phẩm tương đối rõ nét hoặc có khả năng thu hút khách ổn định. Nói cách khác, doanh nghiệp đang có xu hướng đầu tư theo thị trường thay vì tạo lập thị trường, khiến quá trình huy động nguồn lực xã hội hóa diễn ra chậm hơn kỳ vọng.

Kết quả khảo sát doanh nghiệp lữ hành càng làm rõ xu hướng này. Mặc dù 45% doanh nghiệp bày tỏ mong muốn tham gia đầu tư phát triển du lịch làng nghề, vẫn có 55% cho rằng mức độ rủi ro còn cao do quy mô thị trường chưa đủ ổn định và khả năng thu hồi vốn còn nhiều bất định (Phụ lục 2, Bảng 5). Điều này tạo ra một vòng luẩn quẩn

trong phát triển: doanh nghiệp chỉ sẵn sàng đầu tư khi thị trường đã hình thành, trong khi sự hình thành của thị trường lại phụ thuộc đáng kể vào nguồn lực đầu tư ban đầu. Chính vì vậy, các hình thức hợp tác công - tư (PPP) hay các dự án hợp tác quốc tế vẫn chưa được triển khai rộng rãi tại các làng nghề khảo sát.

Nguồn lực đầu tư cho phát triển du lịch làng nghề đã có xu hướng gia tăng trong những năm gần đây, nhưng quy mô và cơ cấu phân bổ vẫn chưa theo kịp yêu cầu phát triển của điểm đến. Khoảng cách giữa nhu cầu đầu tư thực tế với khả năng huy động nguồn lực, đặc biệt từ khu vực tư nhân, đang trở thành một trong những rào cản quan trọng làm chậm quá trình nâng cấp sản phẩm, hoàn thiện hạ tầng và mở rộng không gian trải nghiệm tại các làng nghề. Đây cũng là cơ sở để xem xét sâu hơn khả năng tiếp cận nguồn lực ở cấp hộ sản xuất, nhóm chủ thể trực tiếp tạo ra sản phẩm và vận hành hoạt động du lịch làng nghề.

(2) Khả năng tiếp cận nguồn lực của hộ sản xuất

Nếu quy mô đầu tư phản ánh năng lực huy động nguồn lực ở cấp chính sách, thì khả năng tiếp cận nguồn lực của hộ sản xuất lại quyết định mức độ chuyển hóa các nguồn lực đó thành hoạt động phát triển du lịch tại từng làng nghề. Kết quả khảo sát cho thấy khoảng cách giữa chính sách hỗ trợ và khả năng tiếp cận thực tế vẫn còn khá lớn. Mặc dù nhiều chương trình tín dụng ưu đãi và hỗ trợ phát triển làng nghề đã được triển khai, phần lớn hộ sản xuất vẫn gặp khó khăn trong việc tiếp cận nguồn vốn để đầu tư mở rộng sản xuất hoặc cải thiện các điều kiện phục vụ khách du lịch.

Các kết quả điều tra phản ánh khá rõ thực trạng này. Có 74% hộ sản xuất cho biết có nhu cầu được hỗ trợ tài chính để đầu tư phát triển du lịch; 62% nhận định điều kiện vay vốn còn thiếu thuận lợi; 68% gặp khó khăn khi tiếp cận các nguồn vốn ưu đãi; trong khi chỉ khoảng 35% số hộ thực tế tiếp cận được vốn vay trong năm 2024 (Phụ lục 2, Bảng 5). Đáng chú ý, 48% hộ vẫn e ngại vay vốn và 36% chưa nắm rõ các chính sách hỗ trợ hiện hành. Điều này cho thấy trở ngại không chỉ nằm ở quy mô nguồn vốn mà còn ở khả năng tiếp cận thông tin, điều kiện vay và tâm lý e ngại rủi ro của chính các hộ sản xuất.

Sự khác biệt trong đánh giá giữa các nhóm đối tượng cũng phản ánh khoảng cách giữa góc nhìn chính sách và thực tiễn triển khai. Trong khi khoảng 70% chuyên gia cho rằng nguồn lực hỗ trợ từ ngân sách nhà nước đã được cải thiện trong những năm gần đây, chỉ 55% doanh nghiệp đánh giá các chính sách hỗ trợ tài chính hiện nay đủ quy mô

và ổn định để khuyến khích đầu tư dài hạn (Phụ lục 2, Bảng 5). Khoảng cách này cho thấy hiệu quả của chính sách chưa được cảm nhận đồng đều giữa các chủ thể, đặc biệt đối với nhóm trực tiếp tham gia đầu tư và kinh doanh du lịch làng nghề.

Hộp 4.4. Ý kiến của nghệ nhân về khó khăn tiếp cận nguồn vốn tại làng nghề tiện gỗ mỹ nghệ Nhơn Hậu

Ông N.G, một nghệ nhân lâu năm tại làng nghề Tiện gỗ Mỹ nghệ Nhơn Hậu, chia sẻ:

"Làng nghề đã có từ lâu đời và đã có khách đến tham quan, trải nghiệm. Tuy nhiên, chúng tôi vẫn gặp nhiều khó khăn, đặc biệt là việc tiếp cận nguồn vốn. Dù có chính sách hỗ trợ vay vốn từ Nhà nước, nhưng nhiều hộ sản xuất vẫn ngại vay vì lo ngại rủi ro và chưa có đầu ra ổn định."

Ông L.D.Q một hộ sản xuất tại làng nghề, nhận định:

"Sản phẩm tiện gỗ chủ yếu tiêu thụ qua các kênh nhỏ lẻ, chưa có hệ thống phân phối lớn, nên dù có vốn đầu tư cũng khó mở rộng sản xuất. Nếu có sự hỗ trợ từ doanh nghiệp và các kênh tiêu thụ hiện đại như thương mại điện tử hay liên kết với các khu du lịch, làng nghề chắc chắn sẽ phát triển tốt hơn."

Kết quả phỏng vấn sâu cũng cho thấy những rào cản về vốn luôn gắn với rủi ro đầu ra của sản phẩm. Nghệ nhân và hộ sản xuất tại làng nghề tiện gỗ mỹ nghệ Nhơn Hậu đều cho rằng việc mở rộng đầu tư trở nên khó khăn khi thị trường tiêu thụ chưa ổn định, trong khi các kênh phân phối hiện đại và liên kết với doanh nghiệp lữ hành vẫn còn hạn chế (Hộp 4.4). Trong bối cảnh đó, nhiều hộ lựa chọn duy trì quy mô sản xuất nhỏ thay vì đầu tư nâng cấp không gian trải nghiệm hoặc bổ sung các dịch vụ phục vụ khách du lịch. Đây là một quyết định mang tính phòng ngừa rủi ro nhiều hơn là thiếu động lực phát triển.

Hạn chế lớn nhất hiện nay không còn nằm ở sự thiếu vắng các chương trình hỗ trợ tài chính, mà ở khả năng chuyển hóa các nguồn lực đó thành cơ hội đầu tư thực sự đối với hộ sản xuất. Khi khả năng tiếp cận vốn còn thấp và đầu ra thị trường chưa đủ ổn định, các hộ khó có động lực đầu tư nâng cấp sản phẩm, cải thiện dịch vụ hay mở rộng hoạt động du lịch. Điều này góp phần lý giải vì sao, mặc dù nguồn lực đầu tư ở cấp tỉnh có xu hướng gia tăng, năng lực cung ứng dịch vụ tại nhiều làng nghề vẫn chưa có sự cải thiện tương xứng. Đây cũng là tiền đề để xem xét hiệu quả đầu tư thông qua hệ thống hạ tầng phục vụ phát triển du lịch làng nghề

(3) Hiệu quả đầu tư đối với hạ tầng phục vụ du lịch làng nghề

Hiệu quả của nguồn lực đầu tư không chỉ được phản ánh qua quy mô vốn hay số

lượng dự án được triển khai, mà quan trọng hơn là mức độ cải thiện năng lực phục vụ du khách tại từng làng nghề. Kết quả khảo sát cho thấy mặc dù hạ tầng giao thông kết nối các điểm đến đã được cải thiện đáng kể trong những năm gần đây, hệ thống hạ tầng phục vụ trực tiếp cho hoạt động du lịch vẫn phát triển chậm hơn nhu cầu thực tế. Khoảng cách này phản ánh thực tế rằng phần lớn nguồn lực đầu tư vẫn ưu tiên nâng cấp khả năng tiếp cận điểm đến, trong khi các hạng mục quyết định chất lượng trải nghiệm của du khách chưa được quan tâm tương xứng.

Nhận định này được củng cố bởi kết quả khảo sát khi 75% hộ sản xuất và 70% du khách đều cho rằng cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch còn thiếu và chưa đáp ứng yêu cầu (Phụ lục 2, Bảng 5). Các hạn chế được phản ánh tập trung vào những hạng mục sử dụng chung như khu vực đón tiếp, bãi đỗ xe, nhà vệ sinh công cộng, hệ thống biển chỉ dẫn, không gian trưng bày sản phẩm và các tiện ích phục vụ trải nghiệm. Đây đều là những hạng mục có vai trò kết nối hoạt động sản xuất với hoạt động du lịch, nhưng hiện nay vẫn chưa được đầu tư đồng bộ tại phần lớn các làng nghề khảo sát.

Đặc điểm tổ chức không gian phân tán của các làng nghề làm cho hiệu quả đầu tư hạ tầng khác biệt so với các điểm đến tập trung. Hoạt động đón khách chủ yếu diễn ra tại từng hộ sản xuất, do đó đầu tư hạ tầng dùng chung chưa đủ cải thiện đồng đều chất lượng dịch vụ nếu thiếu cơ chế liên kết giữa các hộ. Vì vậy, dù khả năng tiếp cận đã được cải thiện, trải nghiệm du khách vẫn phụ thuộc đáng kể vào điều kiện của từng cơ sở sản xuất.

Bên cạnh hạ tầng phục vụ khách, hạ tầng môi trường cũng nổi lên như một khoảng trống đáng chú ý trong quá trình phát triển du lịch làng nghề. Kết quả khảo sát và điều tra thực địa cho thấy, áp lực môi trường hiện hình thành đồng thời từ hoạt động sản xuất truyền thống và sự gia tăng lượng khách du lịch. Tuy nhiên, mức độ tác động không giống nhau giữa các nhóm ngành nghề. Đối với các làng nghề chế biến nông sản như rượu Bàu Đá và bánh tráng - bún số 8 Tăng Long 1, vấn đề chủ yếu là nước thải và chất thải hữu cơ phát sinh trong quá trình sản xuất; trong khi các làng nghề thủ công như tiện gỗ Nhon Hậu, đan tre Mỹ Tài hay chằm nón ngựa Phú Gia lại đối mặt nhiều hơn với bụi, tiếng ồn và phế phẩm sản xuất. Chính vì vậy, nhu cầu đầu tư hạ tầng môi trường cần được thiết kế theo đặc điểm phát sinh chất thải của từng nhóm nghề, thay vì áp dụng một mô hình chung cho tất cả các làng nghề.

Ở góc độ du lịch, áp lực môi trường tập trung chủ yếu tại những làng nghề có lượng khách lớn như mai cảnh Háo Đức, rượu Bàu Đá, nón ngựa Phú Gia và tiện gỗ mỹ nghệ

Nhon Hậu. Mặc dù đây đều là những làng nghề đã có sản phẩm OCOP hoặc đã xây dựng phương án bảo vệ môi trường, hệ thống thu gom rác, nhà vệ sinh công cộng và các công trình phục vụ khách vẫn chưa phát triển tương xứng với tốc độ gia tăng lượng khách. Thực trạng này cho thấy quá trình chuẩn hóa sản phẩm và thu hút khách đang diễn ra nhanh hơn quá trình đầu tư hạ tầng hỗ trợ, làm giảm chất lượng trải nghiệm và gia tăng áp lực đối với công tác quản lý môi trường tại điểm đến.

Nhìn chung, hiệu quả đầu tư hạ tầng tại các làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai vẫn chưa theo kịp yêu cầu phát triển du lịch. Khoảng trống hiện nay không còn nằm ở khả năng tiếp cận điểm đến mà chủ yếu ở các hạng mục phục vụ trải nghiệm, các công trình dùng chung và hạ tầng môi trường. Điều này cho thấy trong giai đoạn tới, định hướng đầu tư cần chuyển từ mở rộng hạ tầng theo chiều rộng sang nâng cao chất lượng hạ tầng phục vụ trực tiếp cho hoạt động du lịch, đồng thời phù hợp với đặc điểm tổ chức không gian phân tán của từng làng nghề thay vì áp dụng một mô hình đầu tư đồng nhất cho toàn bộ địa bàn nghiên cứu.

4.1.4. Thực trạng nguồn nhân lực và đào tạo phục vụ du lịch làng nghề

(1) Quy mô và cơ cấu nguồn nhân lực

Khác với các khu, điểm du lịch được vận hành bởi đội ngũ lao động chuyên trách, hoạt động du lịch tại các làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai hiện chủ yếu dựa trên chính các hộ sản xuất truyền thống. Trong một hộ làng nghề, người dân vừa thực hiện sản xuất, vừa trực tiếp giới thiệu sản phẩm, đón tiếp khách và tổ chức các hoạt động trải nghiệm khi có nhu cầu. Mô hình này tạo tính chân thực cho trải nghiệm, nhưng cũng khiến chất lượng phục vụ phụ thuộc nhiều vào năng lực từng hộ, dẫn đến khác biệt đáng kể ngay trong cùng một làng nghề.

Quy mô lao động biến động rõ rệt theo hai chiều trái ngược trong giai đoạn 2019 - 2024 (Bảng 4.4). Một số làng nghề thu hẹp mạnh: rượu Bầu Đá Nhơn Lộc giảm từ 354 xuống 68 lao động; mai cảnh Hảo Đức giảm từ 1.450 xuống 558 lao động và duy trì ở mức này từ 2022. Ngược lại, bánh tráng - bún số 8 Tăng Long 1 và tiện gỗ Nhơn Hậu vẫn duy trì hoặc tăng số lao động làm nghề chuyên, phản ánh mức độ ổn định sản xuất cao hơn.

Biến động này không đồng đều, nơi thu hẹp mạnh (rượu Bầu Đá, mai cảnh) là những làng có lượng khách du lịch cao nhất, cho thấy rằng thu hẹp lao động sản xuất không nhất thiết đi cùng thu hẹp cơ hội du lịch, miễn là năng lực tổ chức trải nghiệm được nâng lên tương ứng. Nhìn chung, cơ cấu lao động đang điều chỉnh theo hướng ổn định hơn ở một số điểm, nhưng chưa diễn ra đồng đều.

Bảng 4.4. Nguồn nhân lực tại các làng nghề giai đoạn 2019-2024

												ĐVT: người
Năm		2019			2022			2023			2024	
Danh mục	Tổng	Lao động thời vụ	Lao động thường xuyên	Tổng	Lao động làm chuyên	Lao động thời vụ	Tổng	Lao động làm chuyên	Lao động thời vụ	Tổng	Lao động làm chuyên	Lao động thời vụ
I Chế biến, bảo quản nông, lâm, thủy sản												
1 LNTT rượu Bầu Đá Nhơn Lộc	354	168	186	68	68		68	68		68	68	
2 LN bánh tráng - bún số 8 Tăng Long 1	238	46	192	207	190	17	238	192	46	207	190	17
II Sản xuất hàng thủ công mỹ nghệ												
3 LN Tiện gỗ mỹ nghệ Nhơn Hậu	330	0	210	398	366	32	398	366	32	398	366	32
4 LN chăm Nón ngựa Phú Gia	109	29	80	235	136	99	235	136	99	235	136	99
III Sản xuất đồ gỗ, mây tre đan, gốm sứ, thủy tinh, dệt may, cơ khí nhỏ												
5 LN chiếu cói Chương Hòa	358	89	269	358	173	185	356	267	89	356	267	89
6 LN đan tre Mỹ Tài	220	100	120	140	140		140	60		140	60	
IV Sản xuất và kinh doanh sinh vật cảnh												
7 LN trồng mai cảnh Háo Đức	1.450	656	794	558	558		558	558		558	558	
8 LN trồng bí đao khổng lồ Mỹ Thọ	64	34	30	30	30		30	30		30	30	

Nguồn: Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn tỉnh Bình Định (2025)

(2) Quy mô nguồn nhân lực năm 2025

Bảng 4.5 cho thấy quy mô lao động năm 2025 vẫn phân bố theo đúng logic tích tụ sản xuất truyền thống hơn là theo nhu cầu phát triển du lịch.

Bảng 4.5. Nguồn nhân lực tại làng nghề năm 2025

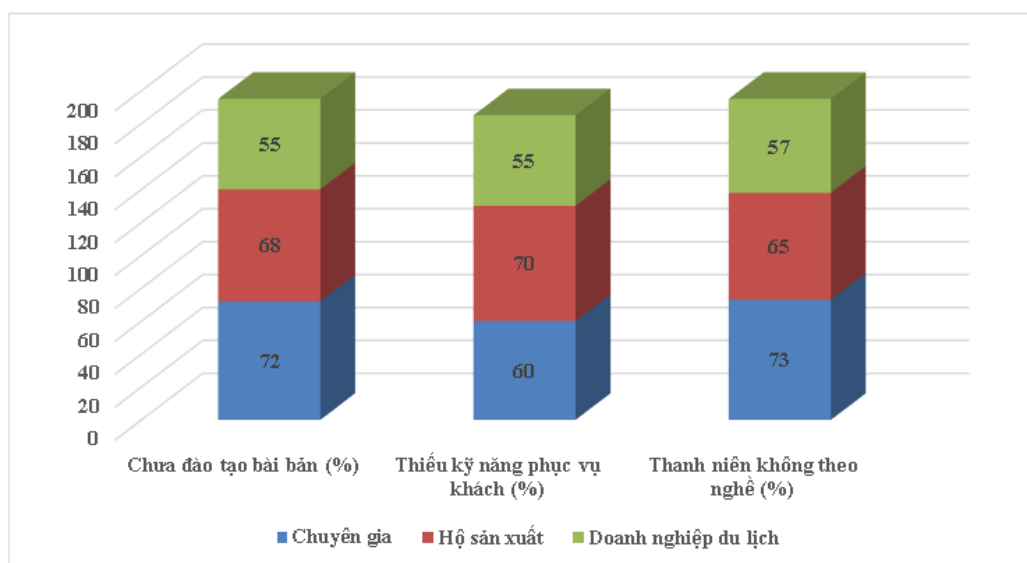
TT	Tên làng nghề, làng nghề truyền thống	Tổng số lao động tham gia làm nghề			Tổng số hộ tham gia
		Tổng số	Lao động làm chuyên	Lao động thời vụ	
	TỔNG	1.955	1.682	273	865
	THỊ XÃ AN NHƠN	1.024	992	32	437
2	LNTT Tiện gỗ mỹ nghệ Nhơn Hậu	398	366	32	120
3	LN trồng mai cảnh Háo Đức	558	558		283
	HUYỆN PHÙ CÁT	235	136	99	136
4	LNTT chằm Nón ngựa Phú Gia	235	136	99	136
	THỊ XÃ HOÀI NHƠN	601	459	142	252
5	LNTT bánh tráng - bún số 8 Tăng Long 1	245	192	53	96
6	LNTT chiếu cói Chương Hòa	356	267	89	156
	HUYỆN PHÙ MỸ	95	95	-	40
7	LN đan tre Mỹ Tài	60	60		30
8	LN Bí đao khổng lồ Mỹ Thọ	35	35		10

Nguồn: Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn tỉnh Bình Định (2025)

Những địa bàn có mật độ làng nghề cao và cơ cấu ngành nghề đa dạng như An Nhơn duy trì quy mô lao động lớn nhờ nền tảng sản xuất ổn định được tích lũy trong thời gian dài. Trong khi đó, Hoài Nhơn tuy có quy mô lao động tương đối lớn nhưng tỷ trọng lao động thời vụ cao cho thấy hoạt động sản xuất vẫn mang tính linh hoạt và phụ thuộc vào chu kỳ thị trường. Ở các địa bàn như Phù Cát và Phù Mỹ, quy mô lao động nhỏ hơn phản ánh đặc điểm số lượng làng nghề và quy mô sản xuất còn hạn chế. Như vậy, nguồn nhân lực tại các làng nghề hiện vẫn được phân bố theo quy mô và đặc điểm phát triển của hoạt động sản xuất truyền thống, chưa chuyển dịch theo yêu cầu của ngành du lịch. Điều này cho thấy phát triển du lịch làng nghề tại khu vực nghiên cứu vẫn đang dựa trên nền tảng nguồn nhân lực sản xuất hiện có, thay vì hình thành một lực lượng lao động chuyên biệt đáp ứng yêu cầu cung ứng dịch vụ du lịch.

(3) Chất lượng nhân lực phục vụ du lịch: thiếu kỹ năng dịch vụ và năng lực tổ chức trải nghiệm

Kết quả khảo sát cho thấy sự nhất quán trong đánh giá của ba nhóm chủ thể về chất lượng nguồn nhân lực phục vụ du lịch làng nghề. Có 72% chuyên gia nhận định lao động tại các làng nghề chủ yếu được hình thành từ kinh nghiệm sản xuất truyền thống, trong khi chưa được trang bị đầy đủ kiến thức và kỹ năng chuyên môn về du lịch. Đánh giá này tương đồng với kết quả khảo sát hộ sản xuất, khi 68% số hộ cho biết chưa từng tham gia các khóa đào tạo liên quan đến kỹ năng phục vụ khách, tiếp thị hoặc quản lý dịch vụ. Hạn chế về năng lực này tiếp tục được phản ánh từ phía doanh nghiệp lữ hành, với 55% doanh nghiệp đánh giá kỹ năng giao tiếp và phục vụ của lao động làng nghề chưa đáp ứng yêu cầu tổ chức và khai thác tour. Sự tương đồng giữa các nguồn dữ liệu, đồng thời phù hợp với báo cáo của Sở Lao động - Thương binh và Xã hội tỉnh Bình Định (2023), cho thấy chất lượng nguồn nhân lực là một trong những điểm nghẽn quan trọng đối với phát triển du lịch làng nghề tại địa bàn nghiên cứu.



Biểu đồ 4.1. Thực trạng đào tạo nguồn nhân lực

Trong nhiều trường hợp, hoạt động phục vụ khách chưa được tổ chức theo quy trình rõ ràng, bao gồm các khâu đón khách, tham quan, trải nghiệm và tiêu thụ sản phẩm. Điều này ảnh hưởng đến khả năng tổ chức trải nghiệm tại điểm đến và mức độ tham gia của du khách trong các hoạt động làng nghề (Biểu đồ 4.1).

(4) Đào tạo phân tán và nguy cơ đứt gãy lực lượng kế cận

Trong thời gian qua, một số chương trình đào tạo ngắn hạn đã được triển khai

nhằm nâng cao năng lực cho lao động tại các làng nghề. Tuy nhiên, quy mô và tần suất đào tạo còn hạn chế, chưa hình thành được chương trình bồi dưỡng thường xuyên.

Tỷ lệ tham gia đào tạo thấp (25% từng tập huấn ngắn hạn, 5% có chứng chỉ) không đơn thuần phản ánh nguồn cung đào tạo hạn chế, mà còn là hệ quả của một vòng xoáy nhân lực. Khi 60% thanh niên tại làng nghề không có ý định tiếp nối nghề gia đình, động lực để chính họ chủ động tham gia đào tạo càng thấp. Ba lý do khiến thanh niên rời nghề cho thấy trật tự nhân quả rõ ràng: thu nhập chưa ổn định (73%) là rào cản gốc, bắt nguồn từ doanh thu phân hóa; thiếu chính sách khuyến khích (65%) phản ánh khoảng trống hỗ trợ giữ chân lao động trẻ; và mô hình trải nghiệm chưa đủ hấp dẫn (57%). Kết quả này cho thấy rằng, ngay cả khi có ý định gắn bó, thanh niên cũng chưa thấy triển vọng nghề du lịch đủ sức thay thế công việc đô thị. Ba yếu tố này cộng hưởng lý giải vì sao đào tạo, dù đã triển khai, khó thu hút lực lượng kế cận: đào tạo chỉ phát huy hiệu quả khi đi kèm động lực giữ nghề, mà động lực này đang suy yếu từ chính gốc rễ thu nhập.

Hộp 4.5. Ý kiến của nghệ nhân về tiềm năng và rủi ro của làng nghề

Trồng mai cảnh

Bà Trần Thị Th., một hộ trồng mai lâu năm, chia sẻ:

"Thu nhập từ trồng mai không ổn định, trong khi chi phí đầu tư ngày càng tăng. Nhiều thanh niên trong làng chọn rời quê lên thành phố thay vì tiếp tục theo nghề truyền thống. Nếu có sự hỗ trợ về đầu ra và phát triển du lịch trải nghiệm, làng mai không chỉ giữ chân lao động trẻ mà còn tạo thêm nguồn thu từ khách du lịch, góp phần phát triển bền vững cho địa phương."

Ông Nguyễn Văn Q., một nghệ nhân tại làng mai Nhơn An, nhận định:

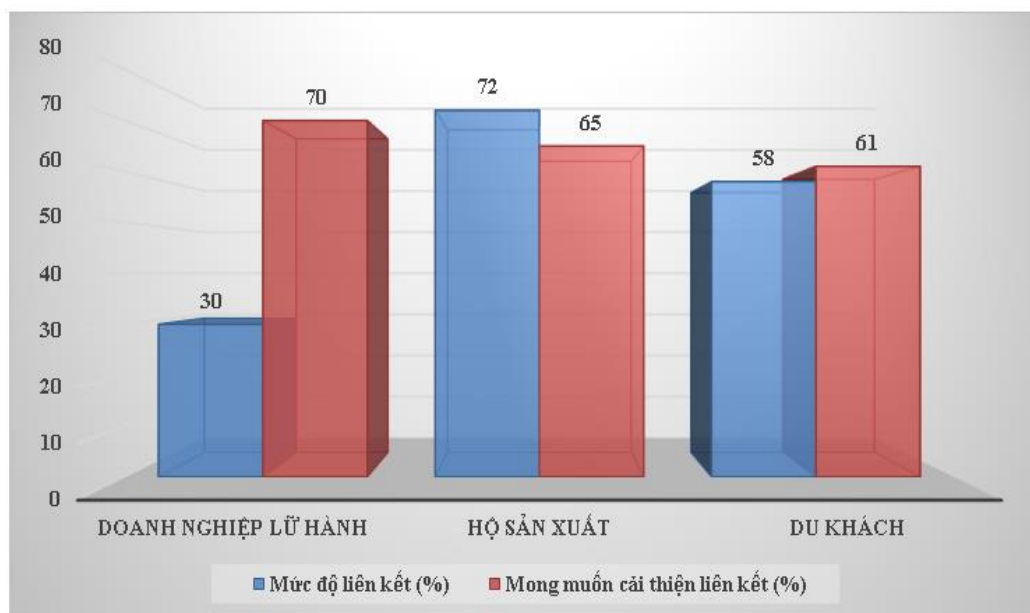
"Nghề trồng mai có tiềm năng lớn, nhưng chỉ tập trung vào mùa vụ Tết nên thu nhập bấp bênh. Nếu có thể kết hợp du lịch trải nghiệm, tổ chức các hoạt động như tham quan vườn mai, hướng dẫn chăm sóc cây mai, chắc chắn làng nghề sẽ có sức hút lớn hơn và giúp người dân duy trì nghề truyền thống."

Nhìn chung, nguồn nhân lực làng nghề có quy mô đáng kể và gắn bó cộng đồng, nhưng đang trong quá trình chuyển đổi chưa hoàn tất. Phân bố lao động vẫn theo logic sản xuất chứ chưa theo logic du lịch, chất lượng phục vụ còn khoảng cách so với yêu cầu, và lực lượng kế cận đang suy giảm do chính khoảng cách thu nhập chưa được thu hẹp.

4.1.5. Thực trạng liên kết trong phát triển du lịch làng nghề

Liên kết được xem là điều kiện để các làng nghề chuyển từ những điểm tham quan riêng lẻ thành một hệ thống sản phẩm du lịch có khả năng cạnh tranh. Tuy nhiên, kết quả nghiên cứu cho thấy đây vẫn là mắt xích yếu nhất trong chuỗi phát triển du lịch làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai. Hạn chế không nằm ở nhu cầu của thị trường mà chủ yếu xuất phát từ năng lực tổ chức và cơ chế phối hợp giữa các chủ thể tham gia.

Kết quả khảo sát phản ánh khá rõ khoảng cách giữa nhu cầu thị trường và khả năng đáp ứng của hệ thống liên kết. Phần lớn du khách mong muốn hành trình tham quan làng nghề được kết hợp với các điểm du lịch văn hóa, sinh thái hoặc các trải nghiệm đặc trưng khác trong khu vực; đồng thời kỳ vọng có nhiều chương trình trải nghiệm được tổ chức theo tuyến thay vì chỉ tham quan từng điểm riêng lẻ. Tuy nhiên, trên thực tế chỉ khoảng 30% làng nghề đã được kết nối với các tuyến du lịch hiện có và chỉ khoảng 25% có sự liên kết thường xuyên với các điểm đến khác trong khu vực (Biểu đồ 4.2). Khoảng cách này cho thấy nhu cầu liên kết đã hình thành từ phía thị trường, trong khi phía cung vẫn chưa xây dựng được cấu trúc phối hợp tương ứng.



Biểu đồ 4.2. Thực trạng hoạt động liên kết

Sự đứt gãy trong liên kết được hình thành từ nhiều nguyên nhân khác nhau. Ở phía làng nghề, nhiều hộ sản xuất vẫn xem du lịch là hoạt động bổ trợ cho nghề truyền

thông nên chưa chủ động tham gia các chương trình xúc tiến hoặc hợp tác với doanh nghiệp. Ở phía doanh nghiệp lữ hành, sản phẩm trải nghiệm còn thiếu tính chuyên nghiệp, hạ tầng phục vụ chưa đồng bộ và cơ chế phối hợp chưa rõ ràng khiến chi phí tổ chức tour cao và rủi ro khai thác lớn. Thể hiện qua kết quả khảo sát, khi phần lớn doanh nghiệp đánh giá chất lượng dịch vụ trải nghiệm chưa đủ hấp dẫn, hạ tầng còn hạn chế và thiếu cơ chế hỗ trợ kết nối; vì vậy khoảng 80% doanh nghiệp chưa xây dựng quan hệ hợp tác ổn định với các làng nghề. Hệ quả là gần một nửa số du khách vẫn gặp khó khăn trong việc tìm kiếm thông tin hoặc đặt tour, trong khi đa số hộ sản xuất tự đánh giá mức độ liên kết với doanh nghiệp lữ hành còn thấp.

Bên cạnh liên kết với doanh nghiệp, mối quan hệ giữa các làng nghề với hệ thống điểm đến trong vùng cũng chưa được hình thành theo hướng hỗ trợ lẫn nhau. Mặc dù phía Đông tỉnh Gia Lai tập trung nhiều tài nguyên du lịch có khả năng kết nối như các di tích lịch sử, cụm tháp Chăm, khu sinh thái và du lịch biển, nhưng phần lớn các làng nghề vẫn hoạt động như những điểm đến độc lập, chưa được tổ chức thành các tuyến trải nghiệm có tính liên hoàn. Vì vậy, khả năng kéo dài thời gian lưu trú và gia tăng mức chi tiêu của du khách vẫn còn hạn chế.

Những kết quả định lượng trên cũng được xác nhận qua ý kiến của các nghệ nhân và hộ sản xuất. Các ý kiến đều cho rằng nhu cầu hợp tác với doanh nghiệp lữ hành là rất lớn, song hiện chưa có đầu mối đủ năng lực đứng ra điều phối hoạt động kết nối giữa các làng nghề với doanh nghiệp và các điểm đến khác. Nhiều hộ sản xuất nhận định rằng nếu các chương trình tham quan được tổ chức theo tuyến liên hoàn thay vì khai thác riêng lẻ từng làng nghề thì khả năng thu hút khách và tiêu thụ sản phẩm sẽ được cải thiện đáng kể (Hộp 4.6 và Hộp 4.7).

Hộp 4.6. Ý kiến về sự phối hợp giữa các bên liên quan

Bà Nguyễn T. H., một nghệ nhân tại làng nghề Dệt chiếu cói Chương Hòa, chia sẻ:
"Chúng tôi rất muốn hợp tác với các công ty du lịch để phát triển dịch vụ trải nghiệm dệt chiếu, nhưng đến nay vẫn chưa có đơn vị nào đến liên hệ chính thức. Nếu có sự kết nối tốt hơn, chắc chắn thu nhập của người dân sẽ cải thiện đáng kể."

Không chỉ dừng lại ở mối liên kết với doanh nghiệp lữ hành, sự kết nối giữa làng nghề với các điểm đến trong không gian du lịch khu vực cũng còn rời rạc.

Hộp 4.7. Ý kiến về thực trạng liên kết trong phát triển du lịch làng nghề

Ông Lê Văn Th., Chủ tịch hiệp hội rượu Bầu Đá, nhận định:

"Hiện tại, khách du lịch đến làng nghề chủ yếu là khách vắng lai, chưa có tour bài bản từ các công ty lữ hành. Nếu có sự phối hợp tốt hơn giữa làng nghề và doanh nghiệp du lịch, chúng tôi tin rằng số lượng khách sẽ tăng lên, giúp đầu ra sản phẩm ổn định hơn."

Ông T.B.T, một hộ sản xuất tại làng nghề dệt Chương Hòa, chia sẻ:

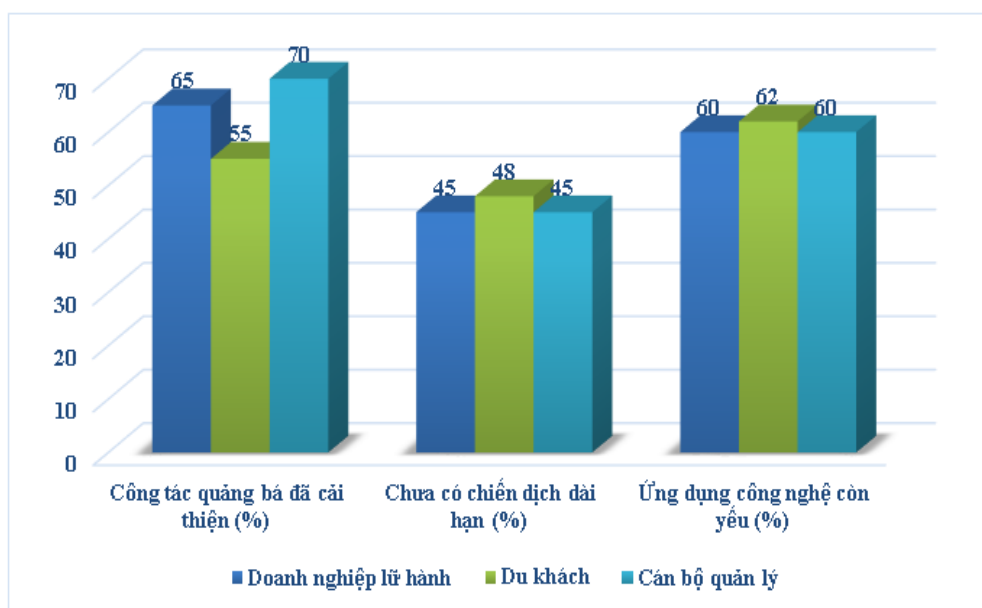
"Ở phía Đông tỉnh có nhiều điểm đến hấp dẫn như tháp Chăm hay khu du lịch sinh thái, nhưng du khách hiếm khi ghé qua làng nghề. Nếu có sự liên kết giữa các điểm du lịch này với làng nghề thông qua các chương trình trải nghiệm, chắc chắn giá trị du lịch sẽ được nâng cao."

Những hạn chế về liên kết trong phát triển du lịch làng nghề không chỉ là sự thiếu vắng các chương trình hợp tác riêng lẻ mà phản ánh sự thiếu hụt một cơ chế điều phối ở cấp hệ thống. Khoảng trống này tồn tại đồng thời ở ba cấp độ: liên kết giữa làng nghề với doanh nghiệp lữ hành; liên kết giữa các làng nghề với mạng lưới tuyến, điểm du lịch trong vùng; và liên kết giữa các cơ quan quản lý liên ngành trong quá trình phát triển điểm đến. Chính sự thiếu đồng bộ ở cả ba tầng liên kết đã làm cho nhiều làng nghề dù có tài nguyên và nhu cầu thị trường vẫn chưa chuyển hóa được thành các sản phẩm du lịch có khả năng cạnh tranh và phát triển bền vững.

4.1.6. Thực trạng xúc tiến quảng bá và xây dựng hình ảnh thương hiệu du lịch làng nghề

Trong những năm gần đây, tỉnh Gia Lai, đặc biệt tại khu vực phía Đông, đã có một số hoạt động xúc tiến thông qua việc tham gia hội chợ, triển lãm, chương trình giới thiệu sản phẩm OCOP và lồng ghép sản phẩm thủ công truyền thống trong các sự kiện văn hóa - du lịch cấp tỉnh và liên vùng. Những hoạt động này góp phần nâng cao mức độ nhận diện của sản phẩm làng nghề đối với thị trường.

Kết quả khảo sát cho thấy khoảng 65% doanh nghiệp lữ hành đánh giá công tác quảng bá đã có chuyển biến tích cực, 58% cho rằng các chương trình OCOP hỗ trợ cải thiện khả năng nhận diện sản phẩm, trong khi 55% du khách biết đến làng nghề thông qua các sự kiện xúc tiến (Biểu đồ 4.3). Những số liệu này cho thấy, hoạt động truyền thông bước đầu đã thực hiện tốt chức năng giới thiệu sự tồn tại của làng nghề tới thị trường.



Biểu đồ 4.3. Mức độ nhận biết thực trạng hoạt động xúc tiến, quảng bá

Tuy nhiên, hiệu quả của hoạt động xúc tiến vẫn chủ yếu dừng lại ở việc tạo nhận biết, chưa chuyển hóa tương xứng thành quyết định tham quan và tiêu dùng. Mặc dù hơn một nửa số du khách đã từng tiếp cận thông tin về làng nghề, tỷ lệ thực sự đến tham quan chỉ khoảng 30%. Khoảng cách này không nằm ở việc thị trường thiếu thông tin, mà ở chất lượng và cách thức truyền tải thông tin chưa đủ để hỗ trợ quá trình ra quyết định của du khách.

Kết quả nghiên cứu cho thấy quá trình chuyển hóa từ nhận biết sang hành vi tham quan đang bị gián đoạn ở ba khâu liên tiếp. Thứ nhất, nội dung quảng bá vẫn thiên về giới thiệu sản phẩm thủ công truyền thống, trong khi thông tin về trải nghiệm du lịch, thời lượng tham quan, hoạt động tương tác và dịch vụ đi kèm còn rất hạn chế. Thứ hai, hệ thống thông tin số chưa đáp ứng được nhu cầu tìm kiếm chủ động của du khách; gần một nửa số người được khảo sát cho biết gặp khó khăn khi tìm kiếm thông tin trực tuyến về các làng nghề. Thứ ba, phần lớn các làng nghề chưa có kênh đặt lịch hoặc kết nối trực tiếp với doanh nghiệp lữ hành, khiến nhu cầu tham quan khó chuyển thành hành động cụ thể. Ba khoảng trống này nối tiếp nhau tạo thành một chuỗi đứt gãy trong quá trình tiếp cận thị trường, làm giảm hiệu quả của các hoạt động quảng bá hiện nay.

Sự khác biệt giữa các nhóm khách cũng phản ánh hạn chế trong chiến lược truyền thông. Nhóm khách trẻ (18 - 35 tuổi) tiếp cận thông tin qua các nền tảng số nhiều hơn nhưng tỷ lệ quyết định tham quan lại thấp hơn nhóm khách trung niên, cho thấy nội

dung số hiện nay chưa tạo đủ động lực để chuyển từ quan tâm sang trải nghiệm thực tế. Ngược lại, nhóm khách đã từng tham quan có mức độ hài lòng và ý định giới thiệu cho người khác cao hơn đáng kể, chứng tỏ chất lượng trải nghiệm tại điểm đến nhìn chung tích cực hơn hình ảnh được truyền tải trước chuyến đi. Khoảng cách giữa hình ảnh truyền thông và giá trị trải nghiệm thực tế vì vậy đang làm giảm hiệu quả mở rộng thị trường của các làng nghề.

Ở góc độ tổ chức thực hiện, năng lực xúc tiến hiện vẫn phân tán giữa các chủ thể. Khảo sát cán bộ quản lý cho thấy, khoảng 70% ý kiến cho rằng hoạt động truyền thông vẫn ưu tiên các sản phẩm du lịch chủ lực khác của địa phương, trong khi gần một nửa xác nhận chưa có chiến lược quảng bá dài hạn dành riêng cho du lịch làng nghề; khoảng 60% đánh giá việc ứng dụng công nghệ số còn hạn chế. Từ phía cộng đồng, đa số hộ sản xuất chưa có đủ nguồn lực hoặc kỹ năng để tự quảng bá sản phẩm trên nền tảng số. Do đó, hoạt động truyền thông phụ thuộc nhiều vào các chương trình ngắn hạn của cơ quan quản lý thay vì hình thành một cơ chế quảng bá thường xuyên với sự tham gia của chính cộng đồng làng nghề.

Kết quả phỏng vấn sâu cũng củng cố nhận định này. Các nghệ nhân đều cho rằng giá trị văn hóa và trải nghiệm của làng nghề chưa được truyền tải đầy đủ tới thị trường; trong khi doanh nghiệp lữ hành mong muốn có thêm các chương trình quảng bá theo từng phân khúc khách, tăng cường hoạt động famtrip, presstrip và hỗ trợ chuyển đổi số để thuận lợi hơn trong xây dựng và phân phối sản phẩm du lịch (Hộp 4.8).

Hộp 4.8. Ý kiến của nghệ nhân về vai trò của du lịch trong phát triển làng nghề dệt chiếu cói

Bà Nguyễn Thị H., một nghệ nhân làng nghề, chia sẻ:

"Khách du lịch khi đến đây không chỉ được tận mắt chứng kiến quy trình dệt chiếu mà còn có thể tự tay thực hiện từng công đoạn. Điều này giúp họ hiểu hơn về giá trị của sản phẩm thủ công, từ đó gia tăng nhu cầu mua sắm. Những mô hình trải nghiệm như vậy vừa giúp tăng thu nhập cho người dân, vừa nâng cao nhận diện thương hiệu cho làng nghề."

Bà Nguyễn Thị Ph., một hộ sản xuất lâu năm, nhận định:

"Sản phẩm chiếu cói Hoài Nhơn được nhiều du khách yêu thích, nhưng làng nghề vẫn chưa có chiến lược quảng bá rộng rãi. Nếu có sự liên kết chặt chẽ hơn với doanh nghiệp lữ hành và đẩy mạnh quảng bá trên các nền tảng số, chắc chắn lượng khách tham quan và tiêu thụ sản phẩm sẽ tăng lên đáng kể."

Nhìn chung, hoạt động xúc tiến quảng bá đã góp phần nâng cao nhận diện của các làng nghề nhưng mới tác động chủ yếu đến giai đoạn đầu của quá trình tiếp cận thị trường. Khoảng cách giữa nhận biết, quyết định tham quan và trải nghiệm thực tế cho thấy hoạt động quảng bá hiện nay vẫn chưa được tổ chức như một chuỗi truyền thông hoàn chỉnh. Việc xây dựng thương hiệu du lịch làng nghề trong giai đoạn tới vì vậy cần chuyển trọng tâm từ quảng bá sản phẩm đơn lẻ sang truyền thông giá trị trải nghiệm, đồng thời kết nối chặt chẽ hơn giữa nội dung truyền thông, nền tảng số và hệ thống phân phối sản phẩm du lịch.

4.1.7. Kết quả phát triển du lịch làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai

Kết quả phát triển du lịch làng nghề là thước đo đầu ra tổng hợp, phản ánh mức độ hiện thực hóa tiềm năng nghề truyền thống thành giá trị du lịch có thể đo lường được. Trong khung phân tích nghiên cứu, kết quả PTDLLN có vai trò kiểm chứng kết quả đầu ra của quá trình phát triển. Tại khu vực phía Đông tỉnh Gia Lai, kết quả phát triển được đánh giá theo hai chiều bổ trợ: (i) kết quả định lượng thị trường - lượng khách, doanh thu, mức độ phủ rộng không gian du lịch; và (ii) kết quả cảm nhận - đánh giá của du khách về mức độ phát triển điểm đến và sự hài lòng tổng thể. Hai chiều này được đối chiếu với nhau nhằm nhận diện các khoảng trống phát triển tiếp theo.

(1) Kết quả định lượng theo địa bàn

Dữ liệu khảo sát thực địa và báo cáo của các cơ quan quản lý địa phương giai đoạn 2023–2024 cho thấy du lịch làng nghề tại bốn địa bàn phía Đông tỉnh Gia Lai đã hình thành dòng khách ổn định tại một số điểm nghề có lợi thế.

Về quy mô chung: toàn khu vực ước đạt 400.000 lượt khách/năm với tổng doanh thu ước tính đạt 86 tỷ đồng, bình quân 215 nghìn đồng doanh thu/lượt khách. Trong số 27 làng nghề được công nhận, chỉ có 08 làng nghề được ghi nhận có liên kết du lịch với doanh nghiệp lữ hành (30%), có liên kết chính thức với tuyến du lịch.

Về phân hóa địa bàn, kết quả phát triển du lịch làng nghề có sự chênh lệch rõ rệt giữa bốn địa bàn, được tổng hợp tại Bảng 4.6.

An Nhơn giữ vai trò trung tâm trong phát triển du lịch làng nghề của khu vực phía Đông tỉnh Gia Lai khi dẫn đầu cả về lượng khách, doanh thu, doanh thu bình quân trên

lượt khách và tỷ lệ kết nối tour tuyến. Kết quả này phản ánh lợi thế nổi trội của các làng nghề có khả năng kết hợp giữa trải nghiệm nghề truyền thống với hoạt động tham quan, thưởng thức và mua sắm sản phẩm tại điểm đến, tiêu biểu như rượu Bàu Đá và tiện gỗ mỹ nghệ Nhơn Hậu. Ngược lại, Phù Cát là địa bàn sở hữu làng nghề nón ngựa Phú Gia vừa được công nhận là Di sản văn hóa phi vật thể quốc gia, lại ghi nhận mức thấp nhất ở cả bốn chỉ tiêu. Thực trạng này cho thấy vẫn tồn tại khoảng cách đáng kể giữa giá trị tài nguyên văn hóa và năng lực tổ chức, khai thác du lịch trên thực tế.

Bảng 4.6. Kết quả phát triển du lịch làng nghề theo địa bàn năm 2023–2024

Địa bàn	Lượt khách (nghìn lượt)	Tỷ trọng (%)	Doanh thu (tỷ đồng)	Tỷ trọng (%)	Doanh thu/lượt (nghìn đồng)	Tỷ lệ kết nối tuyến (%)
An Nhơn	150	37,5	35	40,7	233	40
Hoài Nhơn	120	30,0	27	31,4	225	30
Phù Mỹ	80	20,0	16	18,6	200	28
Phù Cát	50	12,5	8	9,3	160	15
Toàn khu vực	400	100	86	100	215	30

Nguồn: Tác giả tổng hợp từ khảo sát thực địa (2024)

Về mức độ kết nối không gian du lịch: tỷ lệ kết nối tuyến bình quân ~30% phản ánh thực trạng phần lớn làng nghề còn tiếp nhận khách chủ yếu dưới dạng vãng lai. Số liệu khảo sát 433 du khách cho thấy 55% biết đến sản phẩm làng nghề qua các sự kiện du lịch, nhưng chỉ 30% trong số đó thực sự đến tham quan; 61% cho biết sẽ dành nhiều thời gian hơn tại điểm đến nếu có chương trình trải nghiệm bài bản (Phụ lục 2, Bảng 7). Hai tỷ lệ này xác nhận sức hút tiềm năng của DLLN là có cơ sở thị trường, nhưng mức độ chuyển hóa từ biết đến thực tế tham quan còn hạn chế.

(2) Kết quả cảm nhận của du khách: thang đo PTDLLN và SHL

Hai thang đo được sử dụng để đánh giá kết quả từ góc độ cảm nhận. Thang đo PTDLLN (3 biến) đo lường nhận thức của du khách về vai trò và hiệu quả phát triển của du lịch làng nghề. Thang đo SHL (5 biến) đo lường mức độ hài lòng và ý định hành vi sau trải

nghiệm. Trước khi phân tích kết quả cảm nhận của du khách, độ tin cậy của các thang đo được kiểm định thông qua hệ số Cronbach's Alpha.

Bảng 4.7. Kết quả kiểm định độ tin cậy thang đo phát triển du lịch làng nghề và sự hài lòng

Thang đo	Số biến	Cronbach's Alpha
PTDLLN	3	0,876
SHL	5	0,827

Kết quả cho thấy các thang đo đều đạt độ tin cậy cao (Cronbach's Alpha > 0,8), bảo đảm đủ điều kiện để tiếp tục phân tích các biến quan sát.

Trên cơ sở các thang đo đạt độ tin cậy, các biến quan sát được phân tích thông qua hệ số tải nhân tố nhằm làm rõ mức độ đóng góp của từng biến trong cấu trúc thang đo.

Về thang đo PTDLLN: cả ba biến đều đạt Mean > 4,0 với SD thấp (0,541- 0,556), Cronbach's Alpha = 0,876. Biến PTDLLN2 (năng lực cạnh tranh) có hệ số tải cao nhất (0,910), phản ánh đây là chiều được du khách đánh giá có trọng số lớn nhất trong nhận thức về PTDLLN. Biến PTDLLN3 (nét đặc trưng văn hóa) có SD thấp nhất (0,541), tức là mức đồng thuận cao nhất và phân tán đánh giá hẹp nhất trong ba biến - du khách nhất trí cao rằng làng nghề tạo ra bản sắc riêng biệt cho điểm đến.

Về thang đo SHL: cả năm biến đạt Mean từ 4,07 đến 4,12, Cronbach's Alpha = 0,827. Biến SHL4 (sẵn sàng giới thiệu cho người khác) đạt Mean cao nhất (4,12), đây là biểu hiện của mức độ truyền miệng tích cực cao. Biến SHL5 (dự định quay lại) có hệ số tải cao nhất (0,810) nhưng Mean chỉ bằng SHL3 (4,08), thấp hơn SHL4 (4,12). Sự chênh lệch: Mean SHL4 > Mean SHL5 trong khi hệ số tải SHL5 > SHL4 phản ánh một đặc điểm của kết quả: du khách đã trải nghiệm tốt và sẵn sàng giới thiệu, nhưng mức độ chắc chắn quay lại thấp hơn mức độ sẵn sàng giới thiệu. Đây là khoảng cách cần ghi nhận như một chỉ tiêu kết quả.

Trong kết quả phân tích nhân tố của thang đo SHL, thì SHL5 có trọng số cao nhất (0,810) trong khi SHL4 có trọng số thấp nhất (0,731), xác nhận rằng mức độ hài lòng bền vững được phản ánh mạnh nhất qua ý định quay lại hơn là qua ý định giới thiệu.

Bảng 4.8. Kết quả thang đo phát triển du lịch làng nghề và sự hài lòng

Mã	Nội dung biến quan sát	Mean	SD	Hệ số tải	Biểu hiện nổi bật trong kết quả
PTDLLN1	DLLN làm tăng sức hút của điểm đến	4,09	0,556	0,880	Khách ghi nhận DLLN tạo ra sự khác biệt so với điểm đến thông thường
PTDLLN2	DLLN cần thiết để nâng cao năng lực cạnh tranh của du lịch tỉnh	4,11	0,549	0,910	Khách đánh giá DLLN có vai trò nâng cao cạnh tranh điểm đến mạnh nhất trong ba tiêu chí
PTDLLN3	DLLN tạo nên nét đặc trưng văn hóa cho điểm đến	4,10	0,541	0,895	SD thấp nhất → đây là tiêu chí được đánh giá đồng thuận cao nhất, ít phân tán nhất
SHL1	Mức độ hài lòng chung về trải nghiệm tại làng nghề	4,07	0,776	0,801	Điểm nền của thang đo - thấp nhất trong nhóm SHL
SHL2	Ấn tượng tích cực về làng nghề sau chuyến thăm	4,11	0,754	0,745	Điểm ấn tượng cao - khách rời điểm đến với cảm nhận tốt
SHL3	Chất lượng trải nghiệm đáp ứng kỳ vọng ban đầu	4,08	0,778	0,752	SD cao nhất → mức độ kỳ vọng được đáp ứng biến động nhiều nhất giữa các du khách
SHL4	Sẵn sàng giới thiệu làng nghề cho bạn bè, người thân	4,12	0,750	0,731	Điểm cao nhất trong thang đo SHL - mức sẵn sàng truyền miệng cao
SHL5	Dự định quay lại tham quan làng nghề	4,08	0,778	0,810	Hệ số tải cao nhất trong SHL - ý định quay lại là thành phần phản ánh hài lòng bền vững nhất

Nguồn: kết quả chạy SPSS từ số liệu khảo sát

Từ các kết quả phân tích định lượng và cảm nhận của du khách, có thể khái quát rằng du lịch làng nghề tại khu vực phía Đông tỉnh Gia Lai đã đạt được những kết quả bước đầu trên nhiều phương diện. Quy mô thị trường toàn vùng đã hình thành với khoảng 400.000 lượt khách/năm và doanh thu khoảng 86 tỷ đồng; nhận thức của du

khách về vai trò của du lịch làng nghề ở mức cao (Mean PTDLLN > 4,0); mức độ hài lòng tích cực với khả năng lan tỏa mạnh thông qua truyền miệng (SHL4 cao nhất). Nhu cầu thị trường đối với các trải nghiệm làng nghề cũng đã được xác lập rõ nét, thể hiện qua tỷ lệ 61% du khách mong muốn kéo dài thời gian lưu trú nếu có chương trình trải nghiệm phù hợp (Phụ lục 2, Bảng 4, 7,8).

Tuy nhiên, khi đối chiếu giữa kết quả đạt được và các chỉ báo về nhu cầu thị trường, có thể nhận diện một số khoảng trống phát triển mang tính hệ thống. Các khoảng trống này phản ánh sự chênh lệch giữa năng lực hiện tại và mức độ mà thị trường có thể hấp thụ, được tổng hợp tại bảng 4.9.

Bảng 4.9. Các khoảng trống phát triển du lịch làng nghề

Khoảng trống	Biểu hiện số liệu	Hàm ý
Nhận biết → tham quan	55% biết nhưng chỉ 30% đến	Khả năng chuyển hóa thị trường thấp
Giới thiệu → quay lại	SHL4 = 4,12 > SHL5 = 4,08	Trải nghiệm chưa đủ giữ chân khách
Nhu cầu → đáp ứng	61% muốn trải nghiệm; 80% DN chưa hợp tác	Cung chưa theo kịp cầu
Tiếp cận thông tin	48% khó tìm thông tin online	Hạn chế chuyển đổi số
Liên kết chuỗi	72% hộ đánh giá kết nối thấp	Thiếu tích hợp hệ thống

Nguồn: Tác giả tổng hợp từ kết quả khảo sát và phân tích (2024)

Về nhận biết và tham quan thực tế: 55% khách biết sản phẩm làng nghề qua sự kiện, nhưng chỉ 30% trong số đó thực sự đến tham quan, tức là tỷ lệ chuyển hóa từ nhận biết sang hành vi chỉ đạt 55%, và 48% du khách phản ánh khó tìm thông tin trực tuyến và 62% mong muốn nội dung số nhưng chưa được đáp ứng (Phụ lục 2, Bảng 8). Khoảng trống này thể hiện qua số liệu: toàn vùng ước đạt 400.000 lượt/năm, trong khi chỉ tính riêng nhu cầu kết hợp tham quan của 55% khách du lịch tỉnh với các điểm đến khác cũng đã là một thị trường chưa được tiếp cận đầy đủ.

Giới thiệu và quay lại: SHL4 (giới thiệu người khác) = 4,12, cao nhất trong thang đo, nhưng SHL5 (quay lại) = 4,08. Tương tự, hệ số tải SHL5 (0,810) cao hơn SHL4 (0,731), cho thấy ý định quay lại có trọng số lớn hơn trong cấu trúc hài lòng nhưng điểm

trung bình thực tế lại thấp hơn. Khoảng cách 0,04 điểm giữa SHL4 và SHL5 tuy nhỏ nhưng phản ánh một thực tế: trải nghiệm tại làng nghề tạo được cảm xúc tích cực đủ để lan truyền, nhưng chưa tạo được đủ lý do để khách tự mình trở lại.

Nhu cầu thị trường và năng lực đáp ứng: 61% khách cho biết sẽ ở lại lâu hơn nếu có chương trình trải nghiệm bài bản, đây là con số cho thấy nhu cầu thị trường rõ ràng. Tuy nhiên, 80% doanh nghiệp lữ hành chưa có chính sách hợp tác với làng nghề và 72% hộ sản xuất đánh giá kết nối với lữ hành ở mức thấp (Phụ lục 2, Bảng 7), các số liệu này phản ánh mức độ chưa đáp ứng được nhu cầu nói trên. Khoảng trống này cũng biểu hiện qua doanh thu/lượt bình quân (215 nghìn đồng) còn thấp so với mức sẵn lòng chi trả từ 2 - 5 triệu đồng/chuyến mà 51% du khách ghi nhận.

Từ kết quả phát triển du lịch làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai cho thấy bức tranh hai mặt: những kết quả tích cực đã đạt được về lượng khách, doanh thu và mức độ hài lòng du khách nhưng cũng tồn tại ba khoảng trống phát triển có thể đo lường được qua số liệu. Việc nhận diện cụ thể các khoảng trống này và phân biệt chúng với nhau theo từng chiều đánh giá, là cơ sở để tiếp tục phân tích các yếu tố ảnh hưởng tạo ra kết quả hiện tại.

(3) *Đánh giá chung*

Từ các kết quả phân tích trên, có thể nhận diện bức tranh tổng thể về phát triển du lịch làng nghề tại khu vực phía Đông tỉnh Gia Lai với hai đặc điểm nổi bật. Một mặt, du lịch làng nghề đã bước đầu hình thành nền tảng phát triển, thể hiện qua mức độ hài lòng tích cực của du khách, khả năng tạo lập trải nghiệm gắn với yếu tố văn hóa - nghề truyền thống và sự gia tăng về mức độ nhận diện trên thị trường. Những yếu tố này phản ánh tiềm năng phát triển đáng kể của du lịch làng nghề trong việc đóng góp vào đa dạng hóa sản phẩm du lịch địa phương.

Mặt khác, các khoảng trống phát triển được nhận diện cho thấy sự chưa đồng bộ giữa các thành phần trong hệ thống, từ tổ chức sản xuất, điều kiện hạ tầng, năng lực liên kết đến khả năng khai thác thị trường. Các hạn chế này không tồn tại riêng lẻ mà có tính liên kết, phản ánh những ràng buộc mang tính cấu trúc trong quá trình chuyển đổi từ mô hình sản xuất truyền thống sang mô hình phát triển du lịch.

Từ kết quả phân tích thực trạng cho thấy du lịch làng nghề tại khu vực nghiên cứu đang ở giai đoạn chuyển tiếp, với sự tồn tại song song giữa tiềm năng phát triển và những điểm nghẽn cần được giải quyết, đặt ra yêu cầu cần tiếp tục phân tích sâu hơn các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch làng nghề khu vực nghiên cứu.

4.2. CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN PHÁT TRIỂN DU LỊCH LÀNG NGHỀ PHÍA ĐÔNG TỈNH GIA LAI

Trên cơ sở thực trạng phát triển du lịch làng nghề được phân tích tại mục 4.1, mục này tập trung lượng hóa mức độ ảnh hưởng của các yếu tố đầu vào đến phát triển du lịch làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai. Theo khung phân tích đã được xác lập của luận án, bảy yếu tố được đưa vào đánh giá gồm: sản phẩm du lịch làng nghề, cơ sở hạ tầng, vệ sinh môi trường, nguồn nhân lực, an toàn - an ninh, sự tham gia của cộng đồng địa phương, thể chế - chính sách. Các yếu tố này được đo lường bằng thang đo Likert 5 điểm và kiểm định thông qua Cronbach's Alpha, phân tích nhân tố khám phá EFA và hồi quy tuyến tính bội. Phát triển DLLN trong nghiên cứu này được tiếp cận dưới góc độ cảm nhận của du khách, phản ánh mức độ trải nghiệm tại điểm đến hơn là chỉ tiêu phát triển khách quan.

Dữ liệu phân tích dựa trên 433 phiếu khảo sát du khách hợp lệ thu được, tiến hành làm sạch dữ liệu loại trừ toàn bộ quan sát có giá trị khuyết, đưa cỡ mẫu phân tích định lượng về 408 quan sát. Thống kê mô tả và đánh giá thang đo được thực hiện trên toàn bộ mẫu, các phân tích EFA và hồi quy được thực hiện trên dữ liệu đã làm sạch.

4.2.1. Sản phẩm du lịch làng nghề

Sản phẩm du lịch làng nghề phản ánh khả năng chuyển hóa giá trị nghề truyền thống thành trải nghiệm có thể tiêu dùng được. Trong nghiên cứu này, sản phẩm du lịch làng nghề được tiếp cận theo nghĩa rộng, nó không chỉ là hàng hóa thủ công mà còn là các hoạt động trải nghiệm gắn với quy trình sản xuất và tương tác văn hóa tại điểm đến. Từ thực tế cho thấy, các làng nghề trên địa bàn vẫn khai thác sản phẩm như là một loại hàng hóa cầm nắm được, trong khi đó, ở chiều trải nghiệm tạo nên sự khác biệt của du lịch làng nghề so với mua sắm thông thường, đây là vấn đề chưa được tổ chức chuyên nghiệp tại các làng nghề. Câu hỏi đặt ra là liệu du khách có nhận ra và đánh giá cao sự

chưa đồng bộ này, hay trải nghiệm thực tế tại điểm đến đang tạo ra cảm nhận tích cực hơn những gì thực trạng phía cung cho thấy.

Dưới góc độ cảm nhận của du khách, kết quả khảo sát 408 du khách cho thấy yếu tố sản phẩm du lịch làng nghề được đánh giá khá tích cực, với giá trị trung bình các biến quan sát dao động từ 4,07 đến 4,16 và độ lệch chuẩn tương đối thấp cho thấy ý kiến của du khách tương đối đồng nhất (Bảng 4.10). Tiêu chí trải nghiệm làm sản phẩm (SPDLLN3) đạt mức cao nhất (4,16), phản ánh xu hướng du khách ưu tiên các hoạt động mang tính tương tác và tham gia trực tiếp, chứng tỏ sức hấp dẫn của du lịch làng nghề không nằm ở việc “xem nghề”, mà nằm ở khả năng chuyển hóa nghề truyền thống thành trải nghiệm. Bên cạnh đó, tiêu chí về chất lượng dịch vụ mua sắm cũng đạt mức cao (4,14), cho thấy tiềm năng gia tăng chi tiêu tại điểm đến nếu hoạt động mua sắm được tổ chức chuyên nghiệp và gắn kết chặt chẽ với trải nghiệm du lịch.

Bảng 4.10. Thống kê mô tả sản phẩm du lịch làng nghề

Biến số	Min	Max	Mean	Std. Deviation	Hệ số tải
SPDLLN1	1	5	4.09	0.904	0.853
SPDLLN2	1	5	4.07	0.911	0.805
SPDLLN3	1	5	4.16	0.840	0.811
SPDLLN4	1	5	4.10	0.905	0.854
SPDLLN5	1	5	4.14	0.842	0.849

Nguồn: Kết quả phân tích từ số liệu khảo sát.

Kết quả phân tích nhân tố cho thấy các biến quan sát đều có hệ số tải cao (dao động 0,805- 0,854), phản ánh cấu trúc thang đo ổn định.

Kết quả kiểm định độ tin cậy thang đo cho thấy các biến quan sát có hệ số tải cao và tương đối đồng đều, hệ số Cronbach's Alpha đạt 0,891, khẳng định độ tin cậy của thang đo đáp ứng yêu cầu để đưa vào phân tích hồi quy mô hình (Bảng 4.11)

Trong kết quả phân tích nhân tố, biến SPDLLN4 (chất lượng dịch vụ mua sắm) và SPDLLN1 (sự đa dạng sản phẩm) có hệ số tải cao nhất (0,854 và 0,853), cao hơn SPDLLN3 (trải nghiệm làm sản phẩm, 0,811). Kết quả này phản ánh một đặc điểm của

thị trường hiện tại: phần lớn du khách đến các làng nghề trên địa bàn là khách lần đầu, còn chịu ảnh hưởng của hiệu ứng mới lạ, nên đánh giá sản phẩm theo tổng thể hàng hóa và trải nghiệm nhưng chưa phân biệt rõ ràng hai chiều này. Khi tỷ lệ khách quay lại tăng lên và kỳ vọng được nâng cao, chiều trải nghiệm nhiều khả năng sẽ trở thành nhân tố phân hóa mạnh hơn, đòi hỏi chiến lược phát triển sản phẩm hướng đến tạo giá trị tích lũy theo thời gian thay vì chỉ khai thác ấn tượng ban đầu.

Bảng 4.11. Kiểm định độ tin cậy thang đo sản phẩm du lịch làng nghề

Chỉ tiêu	Trung bình thang nếu loại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Hệ số tương quan biến – tổng hiệu chỉnh	Cronbach's Alpha nếu loại biến	Cronbach's Alpha
SPDLLN1	16.48	8.648	0.759	0.861	
SPDLLN2	16.50	8.889	0.697	0.876	
SPDLLN3	16.41	9.240	0.696	0.875	0.891
SPDLLN4	16.47	8.608	0.767	0.859	
SPDLLN5	16.43	9.007	0.750	0.864	

Nguồn: Kết quả phân tích từ số liệu khảo sát.

Nhìn chung, sản phẩm du lịch làng nghề tại phía Đông tỉnh Gia Lai đã tạo được cảm nhận tích cực ở du khách, song khoảng cách giữa mức đánh giá cao (Mean 4,07-4,16) và thực trạng chuẩn hóa còn hạn chế ở phía cung, đây là thực trạng chung của địa bàn, cho thấy sản phẩm DLLN là yếu tố cần được đầu tư có chiều sâu và có tính hệ thống, không chỉ dựa vào sức hấp dẫn tự nhiên của nghề truyền thống.

4.2.2. Cơ sở hạ tầng

Cơ sở hạ tầng là điều kiện nền tảng bảo đảm du khách có thể tiếp cận, lưu lại và trải nghiệm tại các làng nghề, thể hiện mức độ thuận tiện và chất lượng trải nghiệm của du khách tại điểm đến. Với đặc thù các làng nghề nằm ngoài các tuyến du lịch đại trà, hạ tầng không chỉ là giao thông kết nối mà còn là hệ thống chỉ dẫn, không gian đón tiếp, khu trưng bày sản phẩm và các tiện ích phục vụ cơ bản. Phân tích thực trạng hạ tầng tại các làng nghề đã cho thấy đây vẫn là khâu thiếu đồng bộ nhất trên địa bàn nghiên cứu.

Tuy nhiên, kết quả khảo sát 408 du khách lại cho thấy mức đánh giá về cơ sở hạ tầng khá tích cực đối, với điểm trung bình các biến quan sát dao động từ 4,06 đến 4,09 và độ lệch chuẩn thấp (Bảng 4.12). Điều này không phải là mâu thuẫn về dữ liệu mà phản ánh hai góc nhìn khác nhau: hộ sản xuất đánh giá hạ tầng theo nhu cầu vận hành lâu dài và tiêu chuẩn đón khách chuyên nghiệp, trong khi du khách tiếp cận làng nghề trong tâm thế du lịch nông thôn và chấp nhận một mức bất tiện nhất định như một phần của trải nghiệm xác thực. Vì vậy, cảm nhận của du khách phản ánh sự thích nghi với bối cảnh hơn là đánh giá theo tiêu chuẩn tuyệt đối.

Bảng 4.12. Thông kê mô tả thang đo cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch làng nghề

Chỉ tiêu	Min	Max	Mean	Std. Deviation	Hệ số tải
CSHT1	1	5	4.09	0.914	0.806
CSHT2	1	5	4.07	0.919	0.791
CSHT3	1	5	4.07	0.880	0.850
CSHT4	1	5	4.07	0.880	0.850
CSHT5	1	5	4.06	0.919	0.773
CSHT6	1	5	4.08	0.878	0.757

Nguồn: Kết quả phân tích từ số liệu khảo sát.

Dựa trên ma trận điểm số nhân tố, cho thấy các biến quan sát đều có hệ số tải khá cao (dao động 0,757–0,850), phản ánh cấu trúc thang đo tương đối ổn định.

Kết quả kiểm định cho thấy hệ số Cronbach's Alpha đạt 0,878 và các hệ số tương quan biến - tổng hiệu chỉnh đều đạt yêu cầu, khẳng định thang đo có độ nhất quán tốt (Bảng 4.13).

Biến CSHT3 (các dịch vụ phụ trợ) và CSHT4 (không gian trưng bày, giới thiệu sản phẩm) có hệ số tải thuộc nhóm cao nhất (0,850); trong khi CSHT5 và CSHT6 đo lường hệ thống đường xá và biển chỉ dẫn có hệ số tải thấp hơn. Kết quả này cho thấy, trong cảm nhận của du khách, hạ tầng tại điểm đến được đo lường không chỉ qua khả năng di chuyển đến làng nghề mà còn qua chất lượng không gian tiếp đón và trưng bày tại chỗ. Nói cách khác, du khách cảm nhận hạ tầng chủ yếu qua những gì họ thấy và chạm tới

ngay khi đến không gian làng nghề, chứ không phải qua đoạn đường đi để đến đó. Đây là căn cứ để ưu tiên đầu tư không gian đón tiếp và trưng bày cùng với nâng cấp hệ thống đường giao thông chỉ dẫn mà không phải chỉ tập trung vào một điểm.

Bảng 4.13. Kiểm định độ tin cậy thang đo cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch làng nghề

Chỉ tiêu	Trung bình thang đo nếu loại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến – tổng hiệu chỉnh	Cronbach's Alpha nếu loại biến	Cronbach's Alpha
CSHT1	20.44	12.591	0.704	0.853	0.878
CSHT2	20.46	12.657	0.686	0.856	
CSHT3	20.37	13.181	0.637	0.864	
CSHT4	20.46	12.475	0.763	0.843	
CSHT5	20.47	12.780	0.664	0.860	
CSHT6	20.45	13.108	0.647	0.863	

Nguồn: Kết quả phân tích từ số liệu khảo sát

Nhìn chung, cơ sở hạ tầng tại các làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai đang đáp ứng ở mức cơ bản đủ để du khách có trải nghiệm tích cực, song mức đánh giá này chủ yếu phản ánh sự thích nghi kỳ vọng hơn là chất lượng thực sự của hệ thống. Khi quy mô đón khách tăng lên và lượng khách quay lại nhiều hơn, có thể khoảng cách giữa cảm nhận và thực chất sẽ dần thu hẹp, lúc này những hạn chế của cơ sở hạ tầng sẽ bộc lộ rõ nhất.

4.2.3. Vệ sinh môi trường

Khi khách đến tham quan du lịch tại làng nghề có thể tiếp xúc trực tiếp với không gian đang vận hành, sinh hoạt cộng đồng, quy trình sản xuất, cảm nhận được những thứ đang diễn ra như: nguyên vật liệu sản xuất, tiếng ồn, khói bếp,...chứ không phải không gian được chuẩn bị tinh tế từ trước phục vụ cho mục đích trưng bày. Vệ sinh môi trường là yếu tố có ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng cảm nhận của du khách và tính bền vững của điểm đến. Vì vậy, vệ sinh môi trường tại các làng nghề không đơn giản là vấn đề nhà vệ sinh công cộng hay thùng rác, mà còn là toàn bộ cảm giác sạch sẽ, trật tự và an

tâm mà du khách cảm nhận ngay khi bước vào không gian nghề. Thực trạng điều kiện môi trường tại các làng nghề trên địa bàn nhìn chung chưa được đầu tư có hệ thống, đặc biệt ở các tiện ích phục vụ đoàn khách.

Kết quả khảo sát du khách cho thấy nhóm yếu tố vệ sinh môi trường được đánh giá khá tích cực, với điểm trung bình các biến quan sát dao động từ 4,06 đến 4,10 và độ lệch chuẩn thấp nhất trong toàn bộ thang đo (0,802 - 0,874), cho thấy đây là yếu tố có mức đồng thuận cao trong du khách (bảng 4.14). Điều đáng chú ý là các biến đo lường tiện ích vệ sinh công cộng và điểm thu gom rác (VSMT2, VSMT4) có mức đánh giá thấp hơn trong nhóm, trong khi mức độ sạch sẽ tại cơ sở sản xuất và khu vực tham quan chính (VSMT1, VSMT3) được đánh giá cao hơn. Điểm số này cho thấy du khách phân biệt khá rõ giữa không gian nghề trực tiếp với các tiện ích xung quanh

Bảng 4.14. Thống kê mô tả thang đo vệ sinh môi trường (VSMT)

Chỉ tiêu	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất	Trung bình	Độ lệch chuẩn	Hệ số tải
VSMT1	1	5	4.10	0.802	0.889
VSMT2	1	5	4.08	0.874	0.821
VSMT3	1	5	4.10	0.805	0.871
VSMT4	1	5	4.06	0.806	0.875

Nguồn: Kết quả phân tích từ số liệu khảo sát

Kết quả phân tích nhân tố cho thấy các biến quan sát đều có hệ số tải cao (dao động 0,821–0,889), phản ánh cấu trúc thang đo ổn định.

Thang đo có tính nhất quán cao, với hệ số Cronbach's Alpha = 0,886, khẳng định độ tin cậy của thang đo (Bảng 4.15).

Trong kết quả phân tích nhân tố, VSMT1 có hệ số tải cao nhất (0,889), tiếp theo là VSMT4 (0,875) và VSMT3 (0,871). Kết quả này xác nhận rằng môi trường tại không gian sản xuất (nơi du khách tiếp xúc trực tiếp với nghề) có trọng số lớn nhất trong cảm nhận tổng thể về vệ sinh môi trường. Một xưởng gỗ ngăn nắp, một lò rượu sạch sẽ, một khung dệt được bày trí gọn gàng không chỉ tạo ấn tượng thẩm mỹ mà còn gửi tín hiệu về mức độ chuyên nghiệp của cả điểm đến. Ngược lại, dù tiện ích vệ sinh công cộng còn

hạn chế, du khách vẫn có xu hướng chấp nhận điều đó nếu không gian nghề chính giữ được sự gọn gàng sạch sẽ, đây cũng là lý do VSMT2 và VSMT4 có hệ số tải thấp hơn dù điểm trung bình vẫn trên 4,0.

Bảng 4.15. Kiểm định độ tin cậy thang đo vệ sinh môi trường (VSMT)

Chỉ tiêu	Trung bình của thang đo nếu loại biến	Phương sai của thang đo nếu loại biến	Hệ số tương quan biến-hiệu chỉnh	Cronbach's Alpha loại biến	Cronbach's Alpha
VSMT1	12.24	4.676	0.788	0.839	0.886
VSMT2	12.26	4.677	0.692	0.877	
VSMT3	12.24	4.737	0.762	0.849	
VSMT4	12.28	4.722	0.766	0.847	

Nguồn: Kết quả phân tích từ số liệu khảo sát.

Điều kiện vệ sinh môi trường tại các làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai đang ở mức đủ để du khách có cảm nhận tích cực trong chuyến thăm ngắn, nhưng chưa đủ để trở thành lợi thế cạnh tranh của điểm đến. Khi quy mô đón khách tăng lên, đặc biệt ở các làng nghề có mật độ khách cao sẽ tạo áp lực lên hạ tầng vệ sinh lớn hơn và ngưỡng chấp nhận hiện tại của du khách sẽ không còn đủ để duy trì mức cảm nhận tích cực như hiện nay.

4.2.4. Nguồn nhân lực làng nghề

Thực trạng nguồn nhân lực trong du lịch làng nghề được đánh giá qua các tiêu chí, bao gồm: sự hiểu biết về làng nghề của hướng dẫn viên, thái độ và kỹ năng phục vụ của nhân viên, kiến thức và kỹ năng du lịch của cộng đồng dân cư, sự thân thiện và sẵn sàng giúp đỡ của cộng đồng. Đây là thành tố trực tiếp chuyển hóa tài nguyên nghề, không gian văn hóa và sản phẩm thủ công thành trải nghiệm du lịch cụ thể. Khác với nhiều loại hình du lịch khác, chất lượng nhân lực trong du lịch làng nghề không chỉ được phản ánh qua đội ngũ hướng dẫn viên hay nhân viên phục vụ, mà còn thể hiện ở mức độ tham gia, thái độ ứng xử, khả năng giao tiếp và kỹ năng tương tác của chính cộng đồng dân cư tại điểm đến. Khi phân tích thực trạng quy mô, cơ cấu lao động và công tác đào tạo nhân lực tại làng nghề cho thấy lực lượng lao động

tương đối đồng nhưng kỹ năng phục vụ du lịch chuyên biệt còn hạn chế và không đồng đều giữa các địa bàn.

Kết quả khảo sát du khách cho thấy nhóm yếu tố nguồn nhân lực làng nghề được du khách đánh giá ở mức khá tích cực, với điểm trung bình các biến quan sát dao động từ 4,00 đến 4,04. Đây là nhóm có điểm trung bình thấp nhất trong bảy yếu tố, nhưng độ lệch chuẩn cũng cao hơn, cho thấy ý kiến du khách về nhân lực phân tán hơn so với các yếu tố khác, phản ánh sự không đồng đều thực sự trong chất lượng tiếp đón giữa các làng nghề (Bảng 4.16).

Bảng 4.16. Thống kê mô tả thang đo nguồn nhân lực làng nghề

Chỉ tiêu	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất	Trung bình	Độ lệch chuẩn	Hệ số tải
NNL1	1	5	4.04	0.900	0.826
NNL2	1	5	4.02	0.923	0.826
NNL3	1	5	4.00	0.927	0.820
NNL4	1	5	4.03	0.899	0.866
NNL5	1	5	4.02	0.898	0.855

Nguồn: Kết quả phân tích từ số liệu khảo sát.

Dựa trên kết quả phân tích nhân tố, cho thấy các biến quan sát đều có hệ số tải cao (dao động 0,820–0,866), phản ánh cấu trúc thang đo ổn định.

Kiểm định độ tin cậy thang đo Cronbach's Alpha đạt 0,894; các hệ số tương quan biến - tổng hiệu chỉnh đều đạt yêu cầu, khẳng định thang đo có độ nhất quán cao.

Trong kết quả phân tích nhân tố, biến NNL4 (sự thân thiện của cộng đồng dân cư) và NNL5 (sự sẵn sàng giúp đỡ) có hệ số tải cao nhất (0,866 và 0,855), vượt trên NNL1 (kiến thức hướng dẫn viên, 0,826) và NNL3 (kỹ năng du lịch của cộng đồng, 0,820). Nói đơn giản là, du khách cảm nhận chất lượng nhân lực tại làng nghề chủ yếu qua cái cách người dân đối xử với họ, chứ không phải qua khả năng thuyết minh chuyên nghiệp. Đây vừa là lợi thế, bởi sự thân thiện chân thật của cộng đồng làng nghề rất khó tạo ra bằng đào tạo ngắn hạn, vừa là điểm cần lưu ý, vì thiện cảm ban đầu chỉ

giữ chân du khách trong chuyến đầu, còn năng lực tổ chức trải nghiệm mới là thứ khiến họ quay lại.

Bảng 4.17. Kiểm định độ tin cậy thang đo nguồn nhân lực làng nghề

Chỉ tiêu	Trung bình thang đo nếu loại biến	Phương sai thang đo nếu loại biến	Tương quan biến – tổng hiệu chỉnh	Cronbach's Alpha nếu loại biến	Cronbach's Alpha
NNL1	16.06	9.686	0.721	0.876	0.894
NNL2	16.09	9.553	0.724	0.875	
NNL3	16.10	9.567	0.716	0.877	
NNL4	16.08	9.432	0.778	0.863	
NNL5	16.08	9.502	0.764	0.866	

Nguồn: Kết quả phân tích từ số liệu khảo sát.

Nhu cầu nguồn nhân lực có sự phân hóa rõ giữa các làng nghề về đặc điểm và nhu cầu đào tạo. Tại các làng nghề mà giá trị du lịch nằm ở quá trình thực hành chất lượng nhân lực được quyết định bởi khả năng diễn giải kỹ thuật nghề, hướng dẫn thao tác và tạo không khí tương tác với du khách. Đây là điểm yếu chung: nghệ nhân có tay nghề cao nhưng phần lớn chưa được trang bị kỹ năng thuyết minh và tổ chức trải nghiệm du lịch bài bản. Mặt khác, tại các làng nghề nơi khách chủ yếu đến tham quan, thưởng thức và mua sản phẩm, yêu cầu đặt ra không phải là chiều sâu thuyết minh mà là năng lực điều phối lưu lượng, phục vụ nhanh và duy trì trải nghiệm nhất quán trong điều kiện đông khách. Hai đặc điểm này phản ánh hai loại thiếu hụt nhân lực khác nhau về bản chất, đòi hỏi chiến lược đào tạo riêng biệt thay vì một chương trình đồng nhất cho toàn khu vực.

4.2.5. An toàn và an ninh

An toàn và an ninh là điều kiện nền tảng để hình thành cảm nhận tích cực của du khách tại điểm đến. Đối với du lịch làng nghề, yếu tố này không chỉ liên quan đến việc bảo đảm trật tự xã hội hay an toàn cá nhân, mà còn bao gồm cả cảm nhận về sự yên tâm trong ăn uống, đi lại, tham quan và tương tác tại không gian cộng đồng. Thực tế tại địa phương, du khách nhìn chung có đánh giá tích cực đối với môi trường tham quan tại các

làng nghề, cho thấy tình trạng mất an ninh, trật tự hay các hiện tượng tiêu cực chưa phải là vấn đề nổi cộm tại địa bàn nghiên cứu.

Kết quả khảo sát du khách cho thấy nhóm yếu tố an toàn và an ninh được đánh giá ở mức cao nhất trong bốn yếu tố thuộc nhóm "chuyển hóa trải nghiệm", với điểm trung bình dao động từ 4,07 đến 4,16. Điều đó phản ánh thực tế là các làng nghề trên địa bàn có môi trường xã hội khá lành mạnh, không có các hiện tượng tiêu cực phổ biến như chèo kéo, lừa đảo hay mất cắp thường thấy ở một số điểm du lịch đông khách. Tuy nhiên, ATAN2 (an toàn thực phẩm) có điểm trung bình thấp nhất trong nhóm (4,07) và độ lệch chuẩn cao nhất (0,913), cho thấy đây là khía cạnh du khách còn phân vân nhất, đặc biệt tại các làng nghề có sản phẩm tiêu dùng trực tiếp như rượu Bàu Đá hay bánh tráng Tăng Long 1.

Bảng 4.18. Thống kê mô tả thang đo an toàn và an ninh (ATAN)

Chỉ tiêu	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất	Trung bình	Độ lệch chuẩn	Hệ số tải
ATAN1	1	5	4.15	0.831	0.887
ATAN2	1	5	4.07	0.913	0.863
ATAN3	1	5	4.16	0.838	0.845
ATAN4	1	5	4.12	0.859	0.883

Nguồn: Kết quả phân tích từ số liệu khảo sát.

Kết quả phân tích nhân tố cho thấy các biến quan sát đều có hệ số tải cao, từ 0,845-0,887, phản ánh cấu trúc thang đo ổn định.

Kết quả kiểm định cho thấy các biến quan sát có hệ số tải cao và hệ số Cronbach's Alpha đạt 0,892, khẳng định thang đo có độ tin cậy cao.

ATAN1 (không có hiện tượng trộm cắp, lôi kéo khách) có hệ số tải cao nhất (0,887), tiếp theo là ATAN4 (0,883) và ATAN2 (0,863). Kết quả này cho thấy cảm giác an toàn cá nhân trong môi trường xã hội (không bị quấy rầy, không bị chèo kéo, được đi lại tự do trong không gian nghề) là thành phần có trọng số lớn nhất trong cảm nhận về an toàn của du khách. ATAN2 có hệ số tải thấp hơn nhưng điều đó không có nghĩa

là kém quan trọng: đối với các làng nghề gắn với tiêu dùng sản phẩm tại chỗ, an toàn thực phẩm tác động trực tiếp đến quyết định mua và ý định quay lại, đây là một chiều ảnh hưởng mà thứ bậc hệ số tải chưa phản ánh đầy đủ.

Bảng 4.19. Thống kê độ tin cậy thang đo - Chỉ tiêu an toàn an ninh (ATAN)

Chỉ tiêu	Trung bình của thang đo nếu loại biến	Phương sai của thang đo nếu loại biến	Hệ số tương quan – tổng hiệu chỉnh	Cronbach's Alpha nếu loại biến	Cronbach's Alpha
ATAN1	12.34	5.262	0.788	0.852	0.892
ATAN2	12.42	5.036	0.754	0.865	
ATAN3	12.33	5.416	0.728	0.873	
ATAN4	12.37	5.167	0.782	0.854	

Nguồn: Kết quả phân tích từ số liệu khảo sát.

Nhìn chung, an toàn và an ninh tại các làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai đang là một lợi thế tiềm ẩn, với môi trường xã hội lành mạnh, người dân thân thiện, không có các hiện tượng tiêu cực phổ biến. Đây không phải yếu tố du khách chủ động tìm kiếm khi chọn điểm đến, nhưng lại là nền tảng để họ thoải mái ở lại lâu hơn, chi tiêu nhiều hơn và sẵn sàng giới thiệu cho người khác.

4.2.6. Sự tham gia của cộng đồng địa phương

Sự tham gia của cộng đồng địa phương là một trong những điều kiện cốt lõi quyết định tính bền vững của du lịch làng nghề. Khác với nhiều loại hình du lịch có thể vận hành chủ yếu bởi doanh nghiệp hoặc các tác nhân bên ngoài, du lịch làng nghề gắn chặt với không gian sinh kế, văn hóa sống và hoạt động thường nhật của cư dân bản địa. Vì vậy, cộng đồng địa phương không chỉ là bối cảnh của điểm đến mà là chủ thể tạo ra nó. Mức độ tham gia của cộng đồng không chỉ phản ánh sự hiện diện của người dân về số lượng hộ tham gia trong các hoạt động du lịch, mà còn thể hiện ở chất lượng về khả năng đồng hành, đồng kiến tạo và đồng hưởng lợi trong quá trình phát triển điểm đến.

Kết quả khảo sát cho thấy nhóm yếu tố sự tham gia của cộng đồng địa phương được du khách đánh giá ở mức khá cao, với điểm trung bình các biến quan sát dao động từ 4,13 đến 4,19 và độ lệch chuẩn thấp, phản ánh mức đồng thuận khá cao giữa du khách (Bảng 4.19). Trong đó, tiêu chí cộng đồng tham gia bảo vệ môi trường và bảo tồn giá trị văn hóa (CDDP3) đạt điểm trung bình cao nhất (4,19) cao hơn cả CDDP2 - sự hiểu khách trong giao tiếp (4,17). Kết quả này cho thấy rằng, du khách có cảm nhận tích cực qua thái độ của cộng đồng đối với mình mà còn qua cách người dân đối xử với chính làng nghề, cũng như cách họ gìn giữ di sản bản địa.

Bảng 4.20. Thống kê mô tả thang đo sự tham gia của cộng đồng địa phương (CDDP)

Chỉ tiêu	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất	Trung bình	Độ lệch chuẩn	Hệ số tải
CDDP1	1	5	4.13	0.848	0.823
CDDP2	1	5	4.17	0.824	0.896
CDDP3	2	5	4.19	0.822	0.817
CDDP4	1	5	4.15	0.831	0.895

Nguồn: Kết quả phân tích từ số liệu khảo sát.

Kết quả phân tích nhân tố cho thấy tất cả các biến quan sát đều có hệ số tải khá cao, từ 0,817 - 0,896, trong đó CDDP2 (sự hiểu khách) và CDDP4 (chủ động tham gia phát triển du lịch) có hệ số tải cao nhất, khẳng định vai trò quan trọng của thái độ hiểu khách và sự chủ động trong phát triển du lịch làng nghề.

Kết quả kiểm định độ tin cậy cho thấy thang đo có độ nhất quán tốt, với hệ số Cronbach's Alpha = 0,880. Các hệ số tương quan biến - tổng hiệu chỉnh đều đạt yêu cầu, dao động từ 0,686 đến 0,794, và không có biến quan sát nào cần loại bỏ. Điều này khẳng định các biến trong thang đo có khả năng phản ánh khá tốt mức độ tham gia của cộng đồng dưới góc nhìn của du khách.

Kết quả phân tích nhân tố, CDDP2 (sự hiểu khách) và CDDP4 (chủ động tham gia phát triển du lịch) có hệ số tải cao nhất (0,896 và 0,895), cao hơn CDDP3 (bảo vệ môi trường và bảo tồn văn hóa, 0,817) dù CDDP3 lại có Mean cao nhất. Sự không

trùng khớp giữa điểm trung bình và hệ số tải ở đây có một ý nghĩa thực tiễn rõ ràng: du khách đồng thuận cao về việc cộng đồng đang giữ gìn bản sắc (CDDP3), nhưng kết quả phân tích nhân tố, chính thái độ hiếu khách và mức độ chủ động tham gia mới là hai thành phần phân biệt rõ nhất sự khác nhau giữa các điểm đến. Nói cách khác, bảo tồn di sản là điểm cộng chung, còn sự hiếu khách và tính chủ động mới là thứ tạo ra sự khác biệt trong trải nghiệm của du khách.

Bảng 4.21. Kiểm định độ tin cậy thang đo sự tham gia của cộng đồng địa phương (CDDP)

Chỉ tiêu	Trung bình của thang đo nếu loại biến	Phương sai của thang đo nếu loại biến	Hệ số tương quan – tổng hiệu chỉnh	Cronbach's Alpha nếu loại biến	Cronbach's Alpha
CDDP1	12.51	4.830	0.694	0.864	0.880
CDDP2	12.48	4.638	0.794	0.825	
CDDP3	12.45	4.951	0.686	0.867	
CDDP4	12.49	4.619	0.791	0.826	

Nguồn: Kết quả phân tích từ số liệu khảo sát.

Cộng đồng địa phương tại các làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai đang tạo được cảm nhận tích cực mạnh mẽ, thậm chí cao nhất trong bảy yếu tố được khảo sát. Song sự tham gia của cộng đồng hiện vẫn nghiêng về phía thụ động: người dân thân thiện, cởi mở và tự nhiên bảo tồn nghề, nhưng chưa nhiều người chủ động tổ chức dịch vụ, tự xây dựng sản phẩm trải nghiệm hay kết nối với doanh nghiệp lữ hành. Khoảng cách giữa "hiện diện trong trải nghiệm" và "đồng kiến tạo trải nghiệm" là điều cần được thu hẹp trong giai đoạn phát triển tiếp theo.

4.2.7. Thể chế chính sách phát triển du lịch làng nghề

Thể chế và chính sách giữ vai trò định hướng và kiến tạo môi trường phát triển đối với du lịch làng nghề, thông qua việc xác lập khuôn khổ pháp lý, phân bổ nguồn lực và điều phối các chủ thể tham gia. Tuy nhiên, khác với các yếu tố gắn trực tiếp với trải nghiệm, yếu tố thể chế trong nghiên cứu này không được tiếp cận theo nội dung chính sách cụ thể, mà theo cách nó được biểu hiện và được cảm nhận tại điểm đến. Các kết

quả khảo sát phản ánh cảm nhận của du khách về môi trường thể chế tại điểm đến, chứ không đánh giá trực tiếp nội dung chính sách.

Kết quả cho thấy yếu tố thể chế, chính sách được đánh giá ở mức khá tích cực, với điểm trung bình dao động từ 4,10 đến 4,15, đây là mức đánh giá gần sát nhau nhất so với các yếu tố khác. Trong đó, các khía cạnh liên quan đến huy động và phân bổ nguồn lực, cũng như môi trường đầu tư, được đánh giá cao hơn tương đối, phản ánh cảm nhận về một môi trường phát triển tương đối thuận lợi tại điểm đến. Đây cũng là nhóm có điểm trung bình các biến chênh lệch nhau ít nhất (chỉ 0,05 điểm từ TCCS1 đến TCCS3), cho thấy tất cả các khía cạnh của thể chế, từ khung pháp lý đến môi trường đầu tư và huy động nguồn lực, được du khách nhìn nhận là khá nhất quán với nhau.

Bảng 4.22. Thống kê mô tả thang đo thể chế chính sách

Chỉ tiêu	Giá trị nhỏ nhất	Giá trị lớn nhất	Trung bình	Độ lệch chuẩn	Hệ số tải
TCCS1	1	5	4.10	0.864	0.777
TCCS2	2	5	4.13	0.790	0.875
TCCS3	2	5	4.15	0.817	0.817
TCCS4	2	5	4.12	0.804	0.904

Nguồn: Kết quả phân tích từ số liệu khảo sát.

Kết quả phân tích nhân tố cho thấy các biến quan sát đều có hệ số tải cao và tương đối đồng đều, phản ánh cấu trúc thang đo ổn định. Đặc biệt, biến định hướng chiến lược phát triển du lịch làng nghề (TCCS4) có hệ số tải cao nhất (0,904), cho thấy trong cảm nhận của đối tượng khảo sát, vai trò định hướng và tầm nhìn phát triển có ý nghĩa quan trọng trong việc hình thành đánh giá chung về môi trường thể chế.

Kết quả phân tích nhân tố cho thấy các biến quan sát có hệ số tải cao và cấu trúc thang đo ổn định; hệ số Cronbach's Alpha đạt 0,863, khẳng định độ tin cậy thang đo.

Điều này cho thấy, trong cảm nhận của du khách và các bên liên quan được khảo sát, không phải quy định cụ thể hay thủ tục hành chính là điều quan trọng hơn, mà là cảm giác có một tầm nhìn và định hướng rõ ràng cho sự phát triển của điểm đến. Một làng nghề được đầu tư có chiến lược, có lộ trình, có hình ảnh thương hiệu nhất quán sẽ

tạo được niềm tin cho du khách. Đây chính là TCCS4 đang đo lường. Ngược lại, TCCS1 có hệ số tải thấp nhất cho thấy khung pháp lý dù cần thiết nhưng ít tác động trực tiếp đến trải nghiệm cảm nhận của du khách.

Bảng 4.23. Kiểm định độ tin cậy thang đo thể chế chính sách

Chỉ tiêu	Trung bình của thang đo nếu loại biến	Phương sai của thang đo nếu loại biến	Hệ số tương quan - tổng hiệu chỉnh	Cronbach's Alpha nếu loại biến	Cronbach's Alpha
TCCS1	12.40	4.555	0.627	0.862	0.863
TCCS2	12.37	4.475	0.751	0.809	
TCCS3	12.35	4.578	0.676	0.839	
TCCS4	12.38	4.301	0.799	0.789	

Nguồn: Kết quả phân tích từ số liệu khảo sát.

Nhìn chung, thể chế chính sách đang được du khách cảm nhận tương đối tích cực, nhưng đây là yếu tố tác động gián tiếp và có độ trễ dài nhất trong bảy yếu tố. Khoảng cách giữa "có định hướng chính sách" và "thực thi hiệu quả tại cấp điểm đến" vẫn còn rõ, thể hiện qua việc nhiều làng nghề dù đã được đưa vào quy hoạch nhưng vẫn chưa được đầu tư hạ tầng, đào tạo nhân lực hay kết nối tour tuyến một cách thực chất.

4.2.8. Mức độ tác động của các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai

Sau khi kiểm định độ tin cậy và giá trị của các thang đo, nghiên cứu sử dụng mô hình hồi quy tuyến tính bội để lượng hóa mức độ tác động đồng thời của bảy yếu tố đến phát triển du lịch làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai. Cách tiếp cận này cho phép chuyển từ mô tả từng yếu tố riêng lẻ sang nhận diện cấu trúc tác động tổng thể, làm rõ yếu tố nào giữ vai trò nền tảng, yếu tố nào trực tiếp hình thành trải nghiệm, và yếu tố nào có ý nghĩa hỗ trợ trong dài hạn. Bảng 4.24 trình bày kết quả EFA tổng hợp, xác nhận cấu trúc bảy yếu tố là ổn định và đáp ứng tiêu chuẩn kỹ thuật trước khi đưa vào mô hình hồi quy.

Bảng 4.24. Kết quả phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai

	Các yếu tố ảnh hưởng						
	CSHT	NNL	SPDLLN	VSMT	CDDP	ATAN	TCCS
CSHT4	.838						
CSHT1	.803						
CSHT5	.780						
CSHT6	.758						
CSHT2	.756						
CSHT3	.715						
NNL4		.846					
NNL5		.836					
NNL2		.819					
NNL1		.815					
NNL3		.784					
SPDLLN4			.852				
SPDLLN1			.838				
SPDLLN5			.827				
SPDLLN2			.777				
SPDLLN3			.774				
VSMT3				.853			
VSMT4				.851			
VSMT1				.844			
VSMT2				.787			
CDDP2					.898		
CDDP4					.888		
CDDP1					.820		
CDDP3					.807		
ATAN2						.839	
ATAN4						.808	
ATAN1						.792	
ATAN3						.764	
TCCS4							.869
TCCS2							.863
TCCS3							.778
TCCS1							.705

Nguồn: Kết quả phân tích từ số liệu khảo sát.

Kết quả Bảng 4.25 cho thấy các biến quan sát được phân nhóm rõ ràng và có hệ số tải nhân tố cao, khẳng định cấu trúc các thang đo là phù hợp và đủ điều kiện đưa vào mô hình hồi quy (Hair & cs., 2019). Từ kết quả này, mô hình hồi quy tuyến tính bội được sử dụng nhằm lượng hóa mức độ và thứ bậc tác động của từng yếu tố đến phát triển du lịch làng nghề.

Bảng 4.25. Kết quả hồi quy các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai

Coefficients ^a									
Model		Unstandardized		Standardized		Collinearity			
		Coefficients		Coefficients		t	Sig.	Statistics	
		B	Std. Error	Beta				Tolerance	VIF
1	Hằng số	0.272	0.199		1.366	0.173			
	SPDLLN	0.123	0.026	0.185	4.718	0.000	0.791	1.265	
	CSHT	0.192	0.026	0.277	7.443	0.000	0.875	1.142	
	NNL	0.124	0.025	0.193	4.995	0.000	0.815	1.228	
	ATAN	0.125	0.029	0.190	4.365	0.000	0.639	1.566	
	VSMT	0.148	0.028	0.214	5.380	0.000	0.767	1.304	
	CDDP	0.121	0.024	0.175	4.921	0.000	0.958	1.044	
	TCCS	0.099	0.028	0.139	3.498	0.001	0.766	1.306	

a. **Biến phụ thuộc:** PTDLLN (Phát triển du lịch làng nghề)

Nguồn: Kết quả phân tích từ số liệu khảo sát.

Từ kết quả hồi quy, phương trình hồi quy chưa chuẩn hóa được xác định như sau:
 $PTDLLN = 0.272 + 0.123 \times SPDLLN + 0.192 \times CSHT + 0.124 \times NNL + 0.125 \times ATAN + 0.148 \times VSMT + 0.121 \times CDDP + 0.099 \times TCCS$

Phương trình hồi quy chuẩn hóa có dạng:

$PTDLLN = 0.277 \times CSHT + 0.214 \times VSMT + 0.193 \times NNL + 0.190 \times ATAN + 0.185 \times SPDLLN + 0.175 \times CDDP + 0.139 \times TCCS$

Để đánh giá mức độ phù hợp và độ tin cậy của mô hình hồi quy, nghiên cứu tiến hành kiểm định thông qua hệ số xác định R^2 , kiểm định ANOVA và các chỉ số đa cộng tuyến. Kết quả được trình bày tại Bảng 4.26 và Bảng 4.27.

Bảng 4.26. Kết quả đánh giá hồi quy mô hình

Model	R	R Square	Adjusted Square	R Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	0.718a	0.515	0.506	0.34501	1.499

a. Predictors: (Constant), TCCS, CDDP, VSMT, NNL, CSHT, SPDLLN, ATAN
b. Dependent Variable: PTDLLN

Bảng 4.27. Kết quả kiểm định mức độ phù hợp của mô hình hồi quy

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	50.548	7	7.221	60.664	0.000b
	Residual	47.613	400	0.119		
	Total	98.161	407			

a. Dependent Variable: PTDLLN
b. Predictors: (Constant), TCCS, CDDP, VSMT, NNL, CSHT, SPDLLN, ATAN

Về độ phù hợp: mô hình đạt độ phù hợp tốt, hệ số xác định $R^2 = 0,515$ và R^2 hiệu chỉnh = 0,506 cho thấy bảy yếu tố độc lập giải thích được khoảng 51,5% sự biến thiên của phát triển du lịch làng nghề (PTDLLN). Theo tiêu chuẩn của Cohen (1988), đây là mức hiệu lực lớn, khẳng định khung phân tích có khả năng giải thích tốt trong bối cảnh nghiên cứu.

Kiểm định ANOVA ($F = 60,664$; $\text{Sig.} = 0,000$) xác nhận mô hình có ý nghĩa thống kê cao. Các chỉ số VIF đều dưới 2, Tolerance trên 0,1 và Durbin-Watson = 1,499 trong ngưỡng chấp nhận, không phát hiện vi phạm giả định đa cộng tuyến hay tự tương quan phần dư (Field, 2009; Hair & cs., 2019). Phần phương sai chưa được giải thích (48,5%) gợi ý sự tồn tại của các yếu tố ngoài mô hình như: đặc điểm nhân khẩu học của du khách, tính xác thực văn hóa và kênh liên kết lữ hành, có thể mở ra hướng cho nghiên cứu rộng hơn.

Kết quả phân tích hồi quy cho thấy cả bảy yếu tố đều có tác động tích cực và có ý nghĩa thống kê đối với phát triển du lịch làng nghề, song cường độ ảnh hưởng giữa các yếu tố có sự khác biệt đáng kể. Trong đó, cơ sở hạ tầng là yếu tố có tác động mạnh nhất ($\beta = 0,277$), tiếp theo là vệ sinh môi trường ($\beta = 0,214$), nguồn nhân lực ($\beta = 0,193$), an

toàn – an ninh ($\beta = 0,190$), sản phẩm du lịch làng nghề ($\beta = 0,185$), sự tham gia của cộng đồng ($\beta = 0,175$) và thể chế, chính sách ($\beta = 0,139$). Kết quả này cũng được củng cố bởi bằng chứng định tính từ thảo luận nhóm và phỏng vấn chuyên gia, khi phần lớn nghệ nhân và hộ sản xuất đều cho rằng những yếu tố du khách có thể cảm nhận trực tiếp trong quá trình tham quan, như điều kiện giao thông, tổ chức không gian, vệ sinh môi trường và công tác thu gom chất thải, có ảnh hưởng rõ rệt đến chất lượng trải nghiệm và khả năng quay trở lại của khách. Điều này cho thấy các điều kiện vật chất tại điểm đến vẫn giữ vai trò nền tảng trong quá trình hình thành giá trị du lịch làng nghề, phù hợp với nhiều nghiên cứu trước đây về phát triển du lịch nông thôn và du lịch làng nghề (Lane & Kastenzholz, 2015; Trương Trí Thông, 2021; Vũ Thị Hải Anh & Lâm Phạm Thị Hải Hà, 2023).

Không chỉ khác biệt về mức độ tác động, kết quả nghiên cứu còn gợi ý rằng các nhân tố ảnh hưởng không vận hành theo cơ chế độc lập như cách tiếp cận phổ biến trong nhiều nghiên cứu trước đây, mà tồn tại mối quan hệ có tính điều kiện giữa các nhóm yếu tố. Cụ thể, khi các điều kiện nền như cơ sở hạ tầng và môi trường chưa được bảo đảm, tác động của các nguồn lực tạo khác biệt, bao gồm nguồn nhân lực, sản phẩm du lịch và sự tham gia của cộng đồng, chưa thể phát huy đầy đủ hiệu quả. Ngược lại, khi các điều kiện nền được cải thiện, vai trò của những nguồn lực này trở nên rõ nét hơn trong việc nâng cao chất lượng trải nghiệm và năng lực cạnh tranh của điểm đến. Kết quả này cho thấy quá trình phát triển du lịch làng nghề không chỉ phụ thuộc vào sự hiện diện của từng nhân tố riêng lẻ mà còn phụ thuộc vào trình tự và mức độ hoàn thiện của các điều kiện phát triển. Theo đó, các yếu tố nền tảng tạo lập năng lực vận hành của điểm đến, trong khi các nguồn lực còn lại đóng vai trò tạo khác biệt và gia tăng giá trị khi những điều kiện nền đã được đáp ứng. Cách tiếp cận này góp phần bổ sung cho các nghiên cứu hiện có, vốn chủ yếu tập trung xác định và xếp hạng mức độ ảnh hưởng của từng nhân tố, bằng việc làm rõ cơ chế tác động có tính thứ bậc giữa các nhóm yếu tố trong phát triển du lịch làng nghề.

Một phát hiện đáng chú ý của nghiên cứu là vệ sinh môi trường có mức độ ảnh hưởng lớn thứ hai đến phát triển du lịch làng nghề, chỉ sau cơ sở hạ tầng và cao hơn

cả nguồn nhân lực, sản phẩm du lịch cũng như sự tham gia của cộng đồng. Kết quả này phù hợp với thực trạng tại khu vực phía Đông tỉnh Gia Lai, nơi hoạt động sản xuất và đón khách vẫn diễn ra trong cùng một không gian, trong khi nhiều làng nghề chưa có khu vực trình diễn riêng hoặc hệ thống xử lý chất thải đồng bộ. Vì vậy, điều kiện vệ sinh và cảnh quan không chỉ phản ánh chất lượng môi trường mà còn tác động trực tiếp đến cảm nhận của du khách trong quá trình trải nghiệm. Kết quả này khác với nhiều nghiên cứu trước, vốn chủ yếu xem môi trường như một điều kiện hỗ trợ hoặc một hợp phần của phát triển du lịch bền vững hơn là yếu tố trực tiếp quyết định trải nghiệm của du khách (Trương Trí Thông & Lý Mỹ Tiên, 2018; Kartika & cs., 2020). Cách lý giải này cũng phù hợp với lý thuyết tín hiệu chất lượng của Zeithaml (1988), theo đó khi thiếu thông tin để đánh giá trực tiếp chất lượng dịch vụ, du khách thường dựa vào các tín hiệu hữu hình của môi trường xung quanh để hình thành nhận thức về chất lượng điểm đến. Từ đó, nghiên cứu gợi ý cách tiếp cận du lịch làng nghề theo mô hình "sản xuất kép", trong đó không gian sản xuất và không gian trải nghiệm cùng tham gia tạo lập giá trị du lịch, thay vì tồn tại như hai không gian tách biệt.

Bên cạnh sự khác biệt về mức độ ảnh hưởng, kết quả nghiên cứu cũng cho thấy vai trò của từng nhân tố thay đổi theo đặc điểm của từng nhóm làng nghề. Đối với các làng nghề dựa chủ yếu vào trải nghiệm kỹ năng nghề như tiện gỗ mỹ nghệ Nhơn Hậu, nón ngựa Phú Gia, đan tre Mỹ Tài và dệt chiếu Chương Hòa, chất lượng nguồn nhân lực giữ vai trò nổi bật do giá trị trải nghiệm được hình thành thông qua tương tác trực tiếp giữa du khách và nghệ nhân trong quá trình trình diễn, hướng dẫn và thực hành nghề. Ngược lại, tại các làng nghề mà hoạt động tham quan và tiêu dùng sản phẩm chiếm ưu thế như mai cảnh Háo Đức, bánh tráng - bún số 8 Tăng Long 1 và bí đao khổng lồ Mỹ Thọ, khả năng khai thác du lịch phụ thuộc nhiều hơn vào việc tổ chức không gian, điều phối dòng khách và các dịch vụ hỗ trợ. Điều này cho thấy mặc dù mô hình hồi quy xác định được mức độ ảnh hưởng chung của các nhân tố đối với toàn bộ khu vực nghiên cứu, nhưng trong thực tiễn, vai trò của từng nhân tố vẫn chịu tác động bởi đặc điểm tổ chức sản phẩm và cơ chế tạo lập trải nghiệm của từng nhóm làng nghề. Do đó, các giải

pháp phát triển không nên được áp dụng đồng nhất mà cần được điều chỉnh theo đặc trưng của từng loại hình sản phẩm và từng bối cảnh điểm đến.

Mặc dù kết khảo sát cứu cho thấy hầu hết các nhóm nhân tố được đánh giá ở mức khá tích cực, phân tích thực trạng lại chỉ ra nhiều hạn chế về hạ tầng, môi trường, tổ chức không gian và chất lượng sản phẩm du lịch. Sự khác biệt này cho thấy đánh giá cầu du khách phản ánh chủ yếu trải nghiệm tại thời điểm khảo sát, trong khi mức độ hoàn thiện của hệ thống cung ứng du lịch cần được xem xét trên cơ sở tổng hợp giữa dữ liệu khảo sát, quan sát thực địa và ý kiến của nhóm liên quan. Nói cách khác, mức độ hài lòng hiện tại chưa đồng nghĩa với việc điểm đến đã đạt đến trạng thái phát triển tối ưu. Khi thị trường mở rộng và yêu cầu của du khách ngày càng cao, những hạn chế hiện nay về hạ tầng, môi trường, tổ chức sản phẩm và liên kết dịch vụ có thể trở thành rào cản đối với khả năng cạnh tranh nếu không được cải thiện kịp thời.

Nhìn chung, kết quả nghiên cứu vừa khẳng định vừa mở rộng các kết luận của các nghiên cứu trước về phát triển du lịch làng nghề. Vai trò nền tảng của cơ sở hạ tầng, môi trường và các điều kiện tổ chức điểm đến phù hợp với nhiều nghiên cứu trong và ngoài nước (Lane & Kastenholtz, 2015; Gao & Wu, 2017; Tosun, 1999; Bùi Trọng Tiến Bảo, 2024). Tuy nhiên, nghiên cứu không chỉ dừng lại ở việc xác định các nhân tố ảnh hưởng mà còn làm rõ cơ chế tương tác giữa chúng thông qua mối quan hệ có tính điều kiện và thứ bậc trong quá trình phát triển điểm đến. Đồng thời, việc đề xuất cách tiếp cận mô hình du lịch làng nghề "sản xuất kép", trong đó không gian sản xuất và không gian trải nghiệm cùng tham gia tạo lập giá trị du lịch, góp phần bổ sung cơ sở lý luận cho nghiên cứu về phát triển du lịch làng nghề tại các điểm đến đang trong quá trình chuyển đổi.

4.3. ĐỊNH HƯỚNG VÀ GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN DU LỊCH LÀNG NGHỀ PHÍA ĐÔNG TỈNH GIA LAI

Trên cơ sở kết quả phân tích thực trạng và các yếu tố ảnh hưởng ở các mục trước, mục này tổng hợp định hướng và đề xuất giải pháp phát triển du lịch làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai theo trình tự: căn cứ khoa học - định hướng chiến lược - giải pháp cụ thể.

4.3.1. Căn cứ đề xuất định hướng và giải pháp

Việc đề xuất giải pháp được xây dựng trên ba nhóm căn cứ chính: (i) định hướng phát triển kinh tế - xã hội và du lịch; (ii) thực trạng và phân tích SWOT; và (iii) kinh nghiệm thực tiễn. Các căn cứ này cung cấp khung chính sách, bằng chứng thực nghiệm và cơ sở tham chiếu để bảo đảm tính khoa học và khả thi của hệ thống giải pháp.

4.3.1.1. Căn cứ vào định hướng phát triển kinh tế - xã hội và định hướng phát triển du lịch của tỉnh Gia Lai

Hệ thống văn bản của Trung ương và địa phương tạo nền tảng pháp lý quan trọng cho phát triển du lịch làng nghề. Các nghị quyết và chương trình như Nghị quyết 08-NQ/TW (2017), Nghị quyết 82/NQ-CP (2023), Nghị định 52/2018/NĐ-CP và Quyết định 922/QĐ-TTg (2022) đều nhấn mạnh vai trò của du lịch nông thôn và làng nghề trong phát triển kinh tế bền vững. Chỉ thị 08/CT-TTg (2024) đặt ra yêu cầu đổi mới sản phẩm, tăng cường liên kết và chuyển đổi số trong du lịch.

Tại cấp địa phương, Chiến lược phát triển kinh tế - xã hội tỉnh Gia Lai đến năm 2030, tầm nhìn đến năm 2045 xác định du lịch là ngành kinh tế quan trọng, trong đó du lịch văn hóa và du lịch làng nghề được xem là hướng khai thác tiềm năng đặc thù của tỉnh. Tỉnh đặt mục tiêu trở thành trung tâm du lịch của khu vực Nam Trung Bộ - Tây Nguyên, tạo cơ sở chính trị để huy động nguồn lực phát triển du lịch làng nghề như một cấu phần của chiến lược du lịch tổng thể. Các chính sách hỗ trợ đầu tư và phát triển du lịch của tỉnh, cùng với kế hoạch phát triển bền vững ngành du lịch, tạo khung thể chế địa phương phù hợp để triển khai các đề xuất của luận án.

Nhìn chung, hệ thống thể chế, chính sách và định hướng phát triển hiện hành đã tạo môi trường pháp lý thuận lợi và định hướng phát triển tương đối nhất quán, cho phép đề xuất các giải pháp phát triển du lịch làng nghề theo đúng tinh thần phát triển bền vững, gắn với cộng đồng và bản sắc văn hóa địa phương.

4.3.1.2. Căn cứ vào thực trạng phát triển du lịch làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai và tổng hợp phân tích SWOT

Kết quả phân tích thực trạng và mô hình hồi quy ở phần 4.1 và 4.2 là cơ sở thực

tiền quan trọng để xác định định hướng và hệ thống giải pháp phát triển du lịch làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai trong thời gian tới.

Kết quả nghiên cứu cho thấy du lịch làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai đã có những điều kiện thuận lợi nhất định về tài nguyên nghề truyền thống, bản sắc văn hóa địa phương và sự tham gia của cộng đồng. Một số làng nghề đã bước đầu hình thành hoạt động tham quan, trải nghiệm và tiêu dùng sản phẩm tại chỗ. Tuy nhiên, quá trình phát triển hiện nay vẫn còn nhiều hạn chế như hạ tầng phục vụ du lịch chưa đồng bộ; sản phẩm trải nghiệm còn thiếu chiều sâu; liên kết tour tuyến và thị trường còn yếu; nguồn nhân lực chưa đáp ứng yêu cầu hoạt động du lịch; công tác xúc tiến quảng bá và bảo vệ môi trường tại một số làng nghề còn nhiều bất cập.

Kết quả phân tích hồi quy cho thấy bảy yếu tố đều có ảnh hưởng tích cực và có ý nghĩa thống kê đến phát triển du lịch làng nghề. Trong đó, cơ sở hạ tầng là yếu tố có tác động mạnh nhất ($\text{Beta} = 0,277$), tiếp theo là vệ sinh môi trường ($\text{Beta} = 0,214$), nguồn nhân lực ($\text{Beta} = 0,193$), an toàn - an ninh ($\text{Beta} = 0,190$), sản phẩm du lịch làng nghề ($\text{Beta} = 0,185$), sự tham gia của cộng đồng địa phương ($\text{Beta} = 0,175$) và thể chế, chính sách hỗ trợ ($\text{Beta} = 0,139$). Kết quả này cho thấy hạ tầng, môi trường và nguồn nhân lực là những nội dung cần được ưu tiên trong quá trình phát triển du lịch làng nghề tại địa bàn nghiên cứu.

Bảng 4.28. Ma trận SWOT phát triển du lịch làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai

Điểm mạnh (S)	Điểm yếu (W)
S1. Hệ thống 69 làng nghề đa dạng; nón ngựa Phú Gia được công nhận Di sản văn hóa phi vật thể quốc gia (2024); có 12 sản phẩm OCOP đạt 3-4 sao.	W1. Hạ tầng phục vụ du lịch còn hạn chế; thiếu biển chỉ dẫn, bãi đỗ xe và nhà vệ sinh; khoảng 75% hộ đánh giá chưa đáp ứng yêu cầu ($\beta = 0,277$).
S2. Vị trí kết nối thuận lợi với Quy Nhơn thông qua Quốc lộ 1A và Quốc lộ 19; khoảng cách di chuyển từ 20-85 km; thuận lợi liên kết tuyến du lịch ven biển Nam Trung Bộ.	W2. Mặc dù phần lớn làng nghề (6/8) đã được đưa vào chương trình tour, nhưng đều là tour ghép nhiều điểm trong hành trình 1 ngày, không có lưu trú, sản phẩm còn thiếu chiều sâu trải nghiệm, chưa đủ sức giữ khách qua đêm.

S3. Giá trị văn hóa - lịch sử nghề truyền thống đặc sắc, tiêu biểu như tiện gỗ Nhơn Hậu gắn với thời Tây Sơn và nghề nón ngựa Phú Gia có lịch sử hơn 300 năm. S4. Cộng đồng địa phương thân thiện, hiếu khách; được du khách đánh giá cao nhất trong các nhóm tiêu chí (Mean = 4,13-4,19). S5. Nhiều sản phẩm đã xây dựng thương hiệu; 16 làng nghề đăng ký nhãn hiệu tập thể, trong đó rượu Bàu Đá là thương hiệu thủ công tiêu biểu của địa phương.	W3. Nguồn nhân lực thiếu kỹ năng du lịch; lao động trẻ có xu hướng dịch chuyển khỏi địa phương. W4. Môi trường tại một số làng nghề chưa đảm bảo; ô nhiễm từ hoạt động sản xuất ảnh hưởng đến hình ảnh điểm đến ($\beta = 0,214$). W5. Liên kết giữa làng nghề và doanh nghiệp lữ hành còn yếu; khoảng 80% doanh nghiệp chưa có hợp tác chính thức. W6. Một số làng nghề (mai cảnh Háo Đức, đan tre Mỹ Tài) phụ thuộc vào khách tự phát hoặc lợi thế vị trí giao thông thay vì năng lực tổ chức du lịch tự thân, nguồn khách này thiếu bền vững nếu không sớm được chuyển hóa thành sản phẩm có tổ chức.
Cơ hội (O)	Thách thức (T)
O1. Xu hướng du lịch trải nghiệm văn hóa và du lịch nông thôn gia tăng mạnh sau COVID-19. O2. Chính sách hỗ trợ phát triển du lịch nông thôn thuận lợi thông qua Chương trình OCOP, xây dựng nông thôn mới và Quyết định số 922/QĐ-TTg năm 2022. O3. Không gian liên kết du lịch liên tỉnh mở rộng, tạo điều kiện kết nối tuyến cao nguyên - ven biển. O4. Thị trường du lịch nội địa phục hồi mạnh; năm 2024 khu vực đón khoảng 9,2 triệu lượt khách.	T1. Cạnh tranh ngày càng gay gắt với các điểm du lịch làng nghề có thương hiệu mạnh như Hội An, Huế và Hà Nội. T2. Nguy cơ thương mại hóa có thể làm suy giảm giá trị và bản sắc nghề truyền thống. T3. Áp lực môi trường gia tăng khi lượng khách tăng nhanh; nguy cơ quá tải cục bộ tại một số điểm đến. T4. Thiếu hụt lao động trẻ kế thừa nghề; khó duy trì đội ngũ nghệ nhân lành nghề trong dài hạn.

Chiến lược S-O	Chiến lược W-O
Phát huy giá trị văn hóa nghề truyền thống và tính xác thực bản địa (S3, S4) kết hợp lợi thế vị trí kết nối (S2) nhằm đáp ứng xu hướng du lịch trải nghiệm (O1) và sự phục hồi của thị trường nội địa (O4). Và gắn sản phẩm OCOP và thương hiệu làng nghề (S1, S5) với các tuyến du lịch liên vùng và hệ thống phân phối tour (O2, O3).	Tận dụng chính sách hỗ trợ hiện hành (O2) để nâng cấp hạ tầng du lịch và chuẩn hóa sản phẩm trải nghiệm (W1, W2). Đẩy mạnh đào tạo nguồn nhân lực tại chỗ, nâng cao kỹ năng phục vụ du lịch (W3) và xây dựng cơ chế liên kết chính thức với doanh nghiệp lữ hành (W5) nhằm khai thác hiệu quả sự mở rộng của thị trường du lịch (O3, O4).
Chiến lược S-T	Chiến lược W-T
Xây dựng thương hiệu điểm đến dựa trên giá trị văn hóa độc đáo và khó sao chép của nghề truyền thống (S3), phát huy vai trò chủ thể của cộng đồng địa phương (S4) để nâng cao năng lực cạnh tranh trước các điểm đến tương đồng (T1). Tăng cường quy hoạch không gian và kiểm soát sức chứa nhằm hạn chế nguy cơ quá tải du lịch (T3)	Phát triển sản phẩm theo chiều sâu, chú trọng chất lượng trải nghiệm thay vì mở rộng đại trà (W2) nhằm hạn chế nguy cơ thương mại hóa (T2). Ưu tiên cải thiện môi trường làng nghề (W4) và xây dựng cơ chế hỗ trợ nghệ nhân, giữ chân lao động trẻ (W3) để đảm bảo tính bền vững lâu dài của điểm đến.

Phân tích SWOT cho thấy phát triển du lịch làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai không bị hạn chế bởi thiếu tài nguyên mà chủ yếu bởi năng lực tổ chức khai thác tài nguyên. Điểm mạnh nổi bật của khu vực là hệ thống làng nghề đa dạng, giá trị văn hóa đặc sắc và vị trí liên kết thuận lợi với các trung tâm du lịch của tỉnh. Tuy nhiên, những lợi thế này chưa được chuyển hóa thành sản phẩm du lịch có sức cạnh tranh do hạn chế về hạ tầng, chất lượng dịch vụ, nguồn nhân lực và liên kết thị trường.

Tổng hợp từ ma trận SWOT, luận án xác lập ba tổ hợp chiến lược ưu tiên: (i) chiến lược S-O: phát huy điểm mạnh về sản phẩm đặc thù và kết nối giao thông để tận dụng xu hướng du lịch trải nghiệm và chính sách hỗ trợ; (ii) chiến lược W-O: cải thiện hạ tầng, nhân lực và liên kết sản phẩm để nắm bắt cơ hội thị trường; và (iii) chiến lược S-T: củng cố thương hiệu và bảo tồn bản sắc để tạo lợi thế cạnh tranh dài hạn.

Bảng 4.29. Ma trận tương quan giữa yếu tố ảnh hưởng - định hướng - giải pháp

Yếu tố ảnh hưởng	Hệ số Beta	Định hướng phát triển	Giải pháp ưu tiên
Cơ sở hạ tầng (CSHT)	0,277	Tổ chức không gian tuyến-cụm- điểm; liên kết nội tỉnh và liên vùng	GP1 (Quy hoạch không gian) + GP2 (Hạ tầng và dịch vụ)
Vệ sinh môi trường (VSMT)	0,214	Bảo tồn văn hóa, bảo vệ môi trường, phát triển bền vững	GP3 (Môi trường xanh và bền vững)
Nguồn nhân lực (NNL)	0,193	Lấy cộng đồng làm trung tâm; phát triển chuỗi giá trị	GP4 (Đào tạo và nâng cao nhân lực)
An toàn - an ninh (ATAN)	0,190	Chuẩn hóa điểm đến; bảo đảm trải nghiệm trọn vẹn và tin cậy	GP5 (An toàn - an ninh tại điểm đến)
Sản phẩm du lịch (SPDLLN)	0,185	Phát huy bản sắc đặc thù; phát triển chuỗi giá trị	GP6 (Phát triển và đa dạng hóa sản phẩm)
Sự tham gia cộng đồng (CDDP)	0,175	Lấy cộng đồng làm trung tâm; liên kết chuỗi giá trị	GP7 (Tham gia chủ động của cộng đồng)
Thế chế chính sách (TCCS)	0,139	Hoàn thiện môi trường pháp lý và đầu tư; liên kết liên vùng	GP8 (Xúc tiến, quảng bá và chuyển đổi số) + GP9 (Liên kết tuyến du lịch) + GP10 (Thế chế và chính sách)

Nguồn: Tổng hợp của tác giả từ kết quả hồi quy bội và phân tích SWOT

Hiện nay, xu hướng phát triển du lịch trải nghiệm, chuyển đổi số và nhu cầu tìm kiếm các điểm đến mang bản sắc văn hóa tạo ra nhiều cơ hội cho du lịch làng nghề. Tuy nhiên, các cơ hội này cũng đi kèm sức ép cạnh tranh ngày càng lớn từ các địa phương đã phát triển thành công mô hình du lịch cộng đồng và du lịch làng nghề. Điều này đòi hỏi chiến lược phát triển không chỉ khai thác lợi thế sẵn có mà còn phải nâng cao năng lực quản trị điểm đến, đa dạng hóa sản phẩm và tăng cường liên kết giữa các chủ thể.

4.3.1.3. Căn cứ vào kinh nghiệm về phát triển du lịch làng nghề

Kinh nghiệm từ các nền du lịch làng nghề phát triển cung cấp bài học tham chiếu có giá trị thực tiễn cao có thể rút ra năm bài học quan trọng: chuẩn hóa và phân tầng sản

phẩm là điều kiện tiên quyết; vai trò cộng đồng là nền tảng bền vững; đầu tư hạ tầng kết nối và tiện ích tối thiểu là điều kiện thu hút doanh nghiệp lữ hành; xây dựng thương hiệu điểm đến gắn với câu chuyện văn hóa và truyền thông số là con đường hiệu quả; tổ chức không gian theo tuyến - cụm - điểm và liên kết lữ hành là yếu tố quyết định khả năng thương mại hóa sản phẩm.

Những bài học kinh nghiệm trên đây, kết hợp với kết quả nghiên cứu thực nghiệm và bối cảnh phát triển của tỉnh Gia Lai, cung cấp cơ sở định hướng vững chắc để luận án xây dựng hệ thống định hướng và giải pháp phát triển du lịch làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai theo hướng đặc thù, hiệu quả và bền vững.

4.3.2. Định hướng phát triển du lịch làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai

Phát triển du lịch làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai trong giai đoạn tới cần tập trung vào sáu định hướng chủ đạo:

(1) Phát triển du lịch làng nghề trong cấu trúc không gian tuyến - cụm - điểm, gắn với tổ chức không gian du lịch vùng phía Đông tỉnh Gia Lai.

Du lịch làng nghề không nên phát triển theo từng điểm đơn lẻ mà cần được đặt trong cấu trúc không gian du lịch ven biển - đồng bằng - trung du của khu vực phía Đông tỉnh Gia Lai. Theo đó, các làng nghề cần được quy hoạch, tổ chức và kết nối thành các điểm đến bổ trợ trong hệ sản phẩm du lịch biển, du lịch văn hóa, du lịch lịch sử và du lịch nông thôn của vùng, đóng vai trò là các điểm nối trong các tuyến liên kết hướng Tây lên không gian cao nguyên. Định hướng này nhằm nâng cao tính liên kết không gian, tăng khả năng tiếp cận, kéo dài hành trình du lịch và tạo cơ sở cho việc đầu tư và tổ chức sản phẩm một cách đồng bộ và hiệu quả.

(2) Phát triển du lịch làng nghề trên cơ sở phát huy bản sắc văn hóa đặc thù của từng làng nghề, tạo khác biệt sản phẩm và xây dựng định vị thương hiệu rõ ràng.

Các làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai mang những lớp giá trị đặc trưng gắn với văn hóa biển, văn hóa nông nghiệp lúa nước, truyền thống thủ công và đời sống cộng đồng bản địa. Định hướng phát triển cần đặt trọng tâm vào việc bảo tồn và khai thác các giá trị riêng có này như "lõi bản sắc" của sản phẩm du lịch làng nghề, hướng tới hình thành các trải nghiệm có chiều sâu văn hóa, có câu chuyện và có khả năng định vị thương hiệu rõ ràng trên thị trường du lịch nội địa và quốc tế.

(3) Phát triển du lịch làng nghề theo chuỗi giá trị, gắn kết sản xuất nghề - trải nghiệm du lịch - tiêu thụ sản phẩm thành hệ thống thống nhất.

Du lịch làng nghề chỉ có thể phát triển bền vững khi không tách rời khỏi hoạt động sản xuất nghề và sinh kế của cộng đồng. Định hướng này đòi hỏi chuyển từ tư duy khai thác điểm tham quan đơn thuần sang tư duy tổ chức chuỗi giá trị, trong đó sản xuất nghề, trình diễn kỹ thuật, trải nghiệm tương tác, tiêu dùng tại chỗ và tiêu thụ sản phẩm lưu niệm được liên kết thành một hệ thống thống nhất theo hướng tiếp cận của Song & cs., (2012) và Mitchell (2012). Định hướng này tạo khả năng gia tăng giá trị kinh tế của làng nghề, mở rộng không gian hưởng lợi từ du lịch cho các hộ sản xuất và cộng đồng địa phương.

(4) Lấy cộng đồng địa phương làm chủ thể trung tâm của quá trình phát triển du lịch làng nghề.

Cộng đồng không chỉ là lực lượng tham gia hỗ trợ mà cần được xác định là chủ thể đồng sáng tạo, đồng tổ chức và đồng thụ hưởng trong toàn bộ quá trình phát triển du lịch làng nghề, theo tinh thần của lý thuyết tham gia cộng đồng (Tosun, 1999). Định hướng này nhấn mạnh yêu cầu tăng cường vai trò của nghệ nhân, hộ sản xuất và người dân địa phương trong việc cung cấp dịch vụ, truyền tải câu chuyện nghề, bảo tồn tri thức bản địa và tham gia trực tiếp vào chuỗi giá trị du lịch; từ đó góp phần tạo sinh kế, giữ nghề và tăng cường nội lực phát triển tại chỗ.

(5) Phát triển du lịch làng nghề gắn với bảo tồn văn hóa, bảo vệ môi trường và bảo đảm tính bền vững dài hạn.

Quá trình khai thác du lịch phải đặt trong yêu cầu không làm suy giảm bản sắc nghề, không phá vỡ cấu trúc không gian làng nghề và không tạo áp lực vượt quá khả năng chịu tải của môi trường và cộng đồng. Định hướng phát triển cần gắn chặt giữa khai thác du lịch với bảo tồn giá trị vật thể và phi vật thể, giữ gìn cảnh quan, kiểm soát ô nhiễm và nâng cao chất lượng môi trường sống tại các làng nghề. Đây là yêu cầu nền tảng để bảo đảm sức hấp dẫn lâu dài của điểm đến và duy trì tính bền vững của mô hình phát triển, phù hợp với nguyên tắc phát triển du lịch bền vững theo hướng tiếp cận của Lane & Kastenholtz (2015).

(6) Tăng cường liên kết nội tỉnh và liên vùng nhằm mở rộng không gian thị trường và nâng cao năng lực cạnh tranh của du lịch làng nghề.

Du lịch làng nghề cần được đặt trong mối liên kết rộng hơn với hệ thống điểm đến của toàn tỉnh Gia Lai mở rộng và các không gian du lịch lân cận. Các làng nghề phía Đông có thể trở thành điểm khởi đầu, điểm trung chuyển hoặc điểm hỗ trợ trong các tuyến du lịch liên vùng, mở rộng khả năng tiếp cận thị trường thông qua liên kết với doanh nghiệp lữ hành, hệ thống phân phối khách và các hoạt động xúc tiến chung. Định hướng này có ý nghĩa quan trọng trong việc nâng cao năng lực cạnh tranh và mở rộng quy mô khai thác bền vững trong, hội nhập điểm đến ngày càng sâu rộng.

Sáu định hướng này mang tính tích hợp, phản ánh yêu cầu khai thác tiềm năng, phát huy nội lực, bảo đảm bền vững và mở rộng không gian phát triển, làm cơ sở cho hệ thống giải pháp ở mục tiếp theo.

4.3.3. Các giải pháp phát triển du lịch làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai

Các giải pháp đề xuất trong nghiên cứu này được xây dựng trên cơ sở tổng hợp ba nguồn, gồm: (i) thực trạng phát triển du lịch làng nghề tại địa bàn; (ii) kết quả phân tích định lượng về các yếu tố ảnh hưởng; và (iii) kết quả thảo luận nhóm, phỏng vấn chuyên gia và cán bộ quản lý. Việc tích hợp nhiều nguồn dữ liệu giúp nhận diện đầy đủ các điểm nghẽn trong phát triển du lịch làng nghề, đồng thời đảm bảo tính phù hợp của giải pháp với thực tiễn địa phương.

Kết quả nghiên cứu cho thấy những hạn chế của du lịch làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai không tồn tại riêng lẻ mà có mối liên hệ chặt chẽ với nhau. Hạ tầng phục vụ khách, điều kiện vệ sinh môi trường, nguồn nhân lực, tổ chức sản phẩm, cơ chế phối hợp giữa các chủ thể và chính sách hỗ trợ đều ảnh hưởng đồng thời đến khả năng hình thành và nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch. Trong đó, nhiều hạn chế có tính chất nền tảng đã được ghi nhận nhất quán từ khảo sát thực địa và ý kiến của các bên liên quan, cho thấy việc cải thiện một yếu tố riêng lẻ sẽ khó tạo ra chuyển biến rõ rệt nếu thiếu sự phối hợp với các nhóm giải pháp khác.

Trên cơ sở đó, các giải pháp được tổ chức theo hướng xử lý các điểm nghẽn ưu tiên của hệ thống phát triển du lịch làng nghề. Mỗi nhóm giải pháp đều xuất phát từ những vấn đề đã được xác định, đồng thời hướng tới mục tiêu nâng cao chất lượng

sản phẩm, tăng cường năng lực cạnh tranh và bảo đảm phát triển du lịch làng nghề theo định hướng bền vững.

4.3.3.1. Hoàn thiện quy hoạch và tổ chức không gian du lịch làng nghề

Hoàn thiện quy hoạch không chỉ nhằm sắp xếp lại không gian phát triển, mà còn tạo ra cơ chế phối hợp giữa các chủ thể tham gia vào chuỗi giá trị du lịch làng nghề. Khi định hướng phát triển không gian được xác lập rõ ràng, các quyết định về đầu tư hạ tầng, tổ chức sản phẩm, phân bổ nguồn lực và liên kết thị trường sẽ có cùng một định hướng, hạn chế tình trạng phát triển manh mún và nâng cao hiệu quả sử dụng nguồn lực công cũng như nguồn lực xã hội. Vì vậy, quy hoạch cần được xem là nền tảng thể chế cho toàn bộ quá trình phát triển du lịch làng nghề, thay vì chỉ là công cụ quản lý sử dụng đất hoặc phân bổ công trình.

a. Mục tiêu của giải pháp

Nâng cấp cơ sở hạ tầng theo hướng phù hợp với đặc điểm tổ chức không gian của làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai, bảo đảm vừa đáp ứng nhu cầu trải nghiệm của du khách, vừa duy trì hoạt động sản xuất truyền thống của các hộ dân; từng bước hình thành hệ thống hạ tầng phục vụ du lịch đồng bộ nhưng không làm thay đổi cấu trúc không gian vốn có của làng nghề.

b. Nội dung và cách thức thực hiện

Một là, chuyển từ tư duy đầu tư tập trung sang đầu tư theo mạng lưới phục vụ toàn làng. Khác với nhiều khu du lịch được tổ chức quanh một trung tâm đón khách, phần lớn làng nghề khảo sát vận hành theo mô hình phân tán, trong đó mỗi hộ vừa là nơi sản xuất vừa trực tiếp đón khách tham quan và trải nghiệm. Vì vậy, đầu tư hạ tầng không nên tập trung xây dựng một khu dịch vụ chung quy mô lớn mà cần ưu tiên hình thành mạng lưới hạ tầng phục vụ kết nối toàn bộ không gian làng nghề.

Trọng tâm đầu tư gồm hệ thống đường nội làng, biển chỉ dẫn thống nhất, điểm dừng nghỉ nhỏ, nhà vệ sinh công cộng, bãi đỗ xe tại cửa ngõ làng và hệ thống chiếu sáng, tạo điều kiện để du khách di chuyển thuận lợi giữa các hộ tham gia hoạt động du lịch mà không làm gián đoạn sinh hoạt và sản xuất của cộng đồng.

Hai là, tổ chức không gian du lịch theo mô hình mạng lưới hộ trải nghiệm. Thay vì tập trung toàn bộ hoạt động du lịch vào một điểm đón khách chung, quy hoạch cần

dựa trên đặc điểm sản xuất hiện hữu của từng làng nghề để hình thành mạng lưới các hộ đủ điều kiện tham gia đón khách. Trên cơ sở đó, xây dựng lộ trình tham quan thống nhất, hệ thống biển chỉ dẫn, điểm dừng chân, khu vệ sinh, bãi đỗ xe và các tiện ích công cộng dùng chung nhằm kết nối các hộ thành một không gian trải nghiệm liên hoàn. Cách tiếp cận này vừa giữ được tính chân thực của hoạt động sản xuất truyền thống, vừa giảm chi phí đầu tư và tạo điều kiện để nhiều hộ cùng tham gia vào chuỗi giá trị du lịch.

Ba là, đầu tư hạ tầng theo đặc điểm riêng của từng nhóm làng nghề thay vì áp dụng một mô hình thống nhất. Đối với nhóm nghề gắn có không gian mở như mai cảnh Háo Đức và bí đao Mỹ Thọ, cần ưu tiên hoàn thiện hạ tầng phục vụ tham quan ngoài trời, các tuyến đi bộ trong vùng trồng cây, điểm dừng chân và khu vực giới thiệu sản phẩm theo mùa. Đối với các làng nghề có vùng sản xuất tập trung theo mùa, quy hoạch cần kết hợp hai không gian chức năng. Không gian thứ nhất là vùng trải nghiệm trực tiếp tại các vườn trồng của hộ dân, thiết kế các hoạt động trải nghiệm chăm sóc, tạo dáng hoặc tìm hiểu kỹ thuật canh tác. Không gian thứ hai là khu vực trưng bày, giao dịch và tổ chức sự kiện theo mùa, được hình thành vào giai đoạn cao điểm trước mùa vụ, tổ chức các hoạt động mua bán, quảng bá và xúc tiến thương mại. Việc tổ chức theo hai lớp không gian này phù hợp với đặc điểm sinh học của sản phẩm mai cảnh cũng như tập quán sản xuất và tiêu thụ của địa phương, thay vì áp dụng mô hình trung tâm đón khách cố định.

Đối với nhóm nghề thủ công như nón ngựa Phú Gia, chiếu cói Chương Hòa, tiện gỗ Nhơn Hậu, đan tre Mỹ Tài và rượu Bàu Đá, cần ưu tiên cải thiện điều kiện đón khách ngay tại các hộ sản xuất thông qua hỗ trợ không gian trình diễn nghề, khu vực trải nghiệm an toàn, bảng thông tin và khu giới thiệu sản phẩm. Cách tiếp cận này phù hợp với đặc điểm khách tham quan di chuyển trực tiếp giữa các hộ thay vì tập trung tại một trung tâm chung.

Bốn là, đầu tư hạ tầng theo lộ trình ưu tiên thay vì triển khai đồng loạt. Nguồn lực đầu tư công còn hạn chế đòi hỏi việc nâng cấp hạ tầng phải dựa trên mức độ sẵn sàng phát triển của từng làng nghề.

Trong giai đoạn đầu, ưu tiên các làng đã hình thành dòng khách ổn định và có

khả năng kết nối với doanh nghiệp lữ hành như rượu Bầu Đá, nón ngựa Phú Gia, chiếu cói Chương Hòa, tiện gỗ mỹ nghệ Nhơn Hậu, bánh tráng - bún số 8 Tăng Long 1, bí đao khổng lồ Mỹ Thọ. Các làng còn lại tiếp tục đầu tư theo lộ trình sau khi hoàn thiện sản phẩm và nâng cao năng lực tổ chức du lịch. Cách phân giai đoạn này giúp sử dụng hiệu quả nguồn lực đầu tư, đồng thời tạo các mô hình điểm để nhân rộng sang các làng nghề khác.

Năm là, đa dạng hóa nguồn lực đầu tư hạ tầng trên cơ sở tăng cường hợp tác công - tư và sự tham gia của cộng đồng. Ngoài ngân sách nhà nước, cần khuyến khích doanh nghiệp lữ hành, hợp tác xã, cơ sở sản xuất và các chương trình phát triển nông thôn cùng tham gia đầu tư hạ tầng phục vụ khách du lịch. Chính quyền địa phương tập trung đầu tư các hạng mục công cộng thiết yếu, trong khi các hộ và doanh nghiệp chủ động cải thiện không gian trải nghiệm, khu vực giới thiệu sản phẩm và các tiện ích phục vụ khách trong phạm vi cơ sở của mình.

Cơ chế phân chia trách nhiệm này vừa giảm áp lực ngân sách, vừa nâng cao trách nhiệm của các chủ thể tham gia trong việc duy trì chất lượng hạ tầng phục vụ du lịch.

4.3.3.2. Cải thiện cơ sở hạ tầng và nâng cao chất lượng dịch vụ du lịch làng nghề

Kết quả nghiên cứu cho thấy cơ sở hạ tầng là yếu tố có ảnh hưởng lớn nhất đến phát triển du lịch làng nghề ($\beta = 0,277$). Tuy nhiên, hạn chế hiện nay không chỉ nằm ở mức độ thiếu hụt hạ tầng mà còn ở sự chưa phù hợp giữa đầu tư hạ tầng với mô hình tổ chức hoạt động của từng làng nghề. Trong khi phần lớn các làng nghề vẫn đón khách phân tán tại từng hộ sản xuất, nhiều hạng mục hạ tầng lại được đầu tư tập trung hoặc chỉ chú trọng giao thông tiếp cận, chưa quan tâm đầy đủ đến các tiện ích phục vụ trải nghiệm tại điểm đến. Vì vậy, định hướng đầu tư trong giai đoạn tới cần chuyển từ mở rộng số lượng công trình sang nâng cao tính phù hợp và khả năng khai thác của hệ thống hạ tầng hiện có.

a. Mục tiêu của giải pháp

Nâng cao khả năng tiếp cận và chất lượng trải nghiệm của du khách thông qua đầu tư hạ tầng theo nhu cầu thực tế của từng mô hình làng nghề; đồng thời chuẩn hóa các dịch vụ thiết yếu nhằm tăng mức độ hài lòng của du khách, nâng cao khả năng kết nối tour và kéo dài thời gian lưu trú.

b. Nội dung và cách thức thực hiện

Thứ nhất, đầu tư hạ tầng theo mô hình tổ chức không gian của từng làng nghề thay vì áp dụng một mô hình chung. Trọng tâm đầu tư nên là hệ thống giao thông nội làng, biển chỉ dẫn, điểm dừng chân và các tiện ích phân bố dọc tuyến tham quan để hỗ trợ khách di chuyển giữa các hộ sản xuất. Đối với những làng nghề đã có nhà truyền thống hoặc hợp tác xã như chằm nón ngựa Phú Gia và dệt chiếu Chương Hòa, ưu tiên trước mắt là nâng cấp và khai thác hiệu quả các công trình hiện có thành điểm đón tiếp, giới thiệu nghề và điều phối hoạt động trải nghiệm, thay vì đầu tư thêm các hạng mục mới. Ngoài ra, cải thiện hạ tầng giao thông kết nối làng nghề với các tuyến, điểm du lịch trọng điểm. Ưu tiên nâng cấp đường liên xã, liên thôn và các tuyến vào làng nghề bảo đảm an toàn và khả năng tiếp cận của phương tiện du lịch; tổ chức kết nối thuận lợi giữa các làng nghề với các trung tâm du lịch chủ lực (Quy Nhơn, An Nhơn, Tây Sơn...) và tính đến liên kết liên vùng.

Thứ hai, hoàn thiện đồng bộ các hạ tầng phục vụ trải nghiệm của du khách. Bên cạnh việc tiếp tục cải thiện hệ thống giao thông kết nối giữa làng nghề với các trung tâm du lịch và các tuyến tham quan hiện hữu, cần ưu tiên đầu tư các hạng mục có ảnh hưởng trực tiếp đến chất lượng trải nghiệm như khu vực nghỉ chân, nhà vệ sinh công cộng, bãi đỗ xe, hệ thống chiếu sáng, cấp nước, thu gom rác thải và kết nối Internet. Các hạng mục này cần được thiết kế hài hòa với cảnh quan và không gian văn hóa của làng nghề, hạn chế tối đa việc làm thay đổi cấu trúc truyền thống của điểm đến.

Thứ ba, chuẩn hóa hệ thống thông tin và tiện ích phục vụ khách tại điểm đến. Mỗi làng nghề cần xây dựng hệ thống biển chỉ dẫn, bảng thuyết minh, sơ đồ tham quan và thông tin dịch vụ theo mẫu thống nhất; đồng thời công khai giá sản phẩm, giá dịch vụ và các quy định phục vụ khách nhằm nâng cao tính minh bạch và hạn chế tình trạng phục vụ thiếu đồng nhất giữa các hộ sản xuất. Việc ứng dụng mã QR để giới thiệu lịch sử làng nghề, quy trình sản xuất và thông tin sản phẩm cũng cần được triển khai đồng bộ nhằm tăng khả năng tiếp cận thông tin của du khách.

Thứ tư, nâng cao chất lượng dịch vụ gắn với hệ thống hạ tầng hiện có. Đầu tư cơ sở vật chất chỉ phát huy hiệu quả khi đi kèm với nâng cao chất lượng phục vụ. Vì vậy,

cần từng bước chuẩn hóa dịch vụ thuyết minh, hướng dẫn trải nghiệm, bán sản phẩm, ẩm thực địa phương và các dịch vụ hỗ trợ khác; khuyến khích các hộ sản xuất tham gia cung ứng dịch vụ theo những tiêu chuẩn thống nhất về vệ sinh, an toàn và thái độ phục vụ. Đối với những làng nghề có điều kiện phát triển lưu trú cộng đồng, việc mở rộng dịch vụ cần được thực hiện theo lộ trình phù hợp với quy mô thị trường, tránh đầu tư vượt quá nhu cầu thực tế.

4.3.3.3. Bảo vệ môi trường và phát triển du lịch làng nghề theo định hướng xanh và bền vững

Kết quả nghiên cứu cho thấy vệ sinh môi trường là một trong những yếu tố có ảnh hưởng lớn đến phát triển du lịch làng nghề ($\beta = 0,214$). Tuy nhiên, vấn đề môi trường tại các làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai không chỉ xuất phát từ hoạt động sản xuất truyền thống mà còn từ đặc điểm tổ chức không gian, nơi sản xuất và đón khách diễn ra trong cùng một không gian. Điều này khiến môi trường không còn là một yêu cầu kỹ thuật đơn thuần mà trở thành một phần của trải nghiệm du lịch và là tín hiệu để du khách đánh giá chất lượng sản phẩm, mức độ chuyên nghiệp và hình ảnh của điểm đến. Vì vậy, bảo vệ môi trường cần được tiếp cận như một nội dung của phát triển sản phẩm du lịch xanh, thay vì chỉ là hoạt động xử lý ô nhiễm.

a. Mục tiêu của giải pháp

Xây dựng môi trường du lịch làng nghề sạch, an toàn và hài hòa với cảnh quan truyền thống; giảm thiểu tác động từ hoạt động sản xuất và du lịch; đồng thời nâng cao hình ảnh điểm đến thông qua việc lồng ghép các tiêu chí môi trường vào chất lượng sản phẩm và trải nghiệm của du khách.

b. Nội dung và cách thức thực hiện

Thứ nhất, tổ chức quản lý môi trường theo đặc điểm của từng nhóm ngành nghề thay vì áp dụng một mô hình chung. Đối với các làng nghề chế biến nông sản và nấu rượu, trọng tâm là kiểm soát nước thải, chất thải hữu cơ và mùi phát sinh trong quá trình sản xuất; đối với các làng nghề thủ công mỹ nghệ, ưu tiên giảm bụi, tiếng ồn và bố trí hợp lý khu vực thao tác nghề để hạn chế ảnh hưởng đến hoạt động trải nghiệm của du khách. Đối với các làng nghề chưa xây dựng phương án bảo vệ môi trường, việc lập và triển khai kế hoạch quản lý cần được thực hiện trước khi mở rộng quy mô khai thác du lịch nhằm tránh lặp lại tình trạng phát triển nhanh hơn khả năng kiểm soát môi trường.

Thứ hai, đầu tư hạ tầng môi trường theo hướng phục vụ đồng thời sản xuất và du lịch. Thay vì tập trung vào các công trình xử lý quy mô lớn, cần ưu tiên những hạng mục phù hợp với điều kiện của mô hình sản xuất hộ gia đình như hệ thống thu gom và phân loại rác, xử lý nước thải quy mô nhỏ, khu vệ sinh công cộng, điểm tập kết chất thải và các giải pháp vệ sinh tại khu vực trực tiếp đón khách. Cách tiếp cận này vừa bảo đảm tính khả thi về nguồn lực, vừa tạo ra những cải thiện rõ rệt đối với cảm nhận của du khách.

Thứ ba, xây dựng bộ tiêu chí "làng nghề xanh" gắn với hoạt động du lịch. Bộ tiêu chí cần bao gồm các yêu cầu về quản lý chất thải, sử dụng nguyên liệu thân thiện với môi trường, duy trì cảnh quan, vệ sinh điểm đến và mức độ hài lòng của du khách đối với môi trường trải nghiệm. Kết quả đánh giá cần được sử dụng làm căn cứ ưu tiên trong phân bổ nguồn lực đầu tư, lựa chọn điểm tham gia các chương trình xúc tiến và kết nối với doanh nghiệp lữ hành. Qua đó, bảo vệ môi trường trở thành một lợi thế cạnh tranh thay vì chỉ là yêu cầu quản lý.

Thứ tư, bảo tồn cảnh quan và không gian văn hóa như một bộ phận của tài nguyên du lịch. Việc cải tạo môi trường cần đồng thời gìn giữ các yếu tố đặc trưng của làng nghề như kiến trúc truyền thống, cây xanh, mặt nước và không gian sinh hoạt cộng đồng. Các hoạt động chỉnh trang phải hướng tới nâng cao chất lượng cảnh quan nhưng không làm mất đi tính nguyên bản của điểm đến, bởi đây chính là yếu tố tạo nên sự khác biệt của du lịch làng nghề so với các loại hình du lịch khác.

Thứ năm, tăng cường sự tham gia của cộng đồng trong quản lý môi trường. Bên cạnh việc nâng cao nhận thức của các hộ sản xuất về sản xuất sạch và du lịch có trách nhiệm, cần hình thành cơ chế giám sát thường xuyên với sự tham gia của cộng đồng và du khách thông qua các kênh phản hồi trực tiếp hoặc nền tảng số. Thông tin phản hồi cần được công khai và sử dụng như một căn cứ để điều chỉnh hoạt động quản lý, đồng thời khuyến khích các hộ sản xuất duy trì chất lượng môi trường trong quá trình khai thác du lịch.

4.3.3.4. Tăng cường đào tạo và nâng cao chất lượng nguồn nhân lực làng nghề

Kết quả khảo sát cho thấy hạn chế của nguồn nhân lực không nằm ở số lượng lao động mà ở sự lệch pha giữa năng lực nghề truyền thống và năng lực phục vụ du lịch.

Phần lớn nghệ nhân nắm giữ tri thức nghề là những người lớn tuổi, có tay nghề cao nhưng còn hạn chế về kỹ năng giao tiếp, thuyết minh và tổ chức trải nghiệm cho du khách. Ngược lại, lực lượng lao động trẻ có khả năng thích nghi tốt với các hoạt động dịch vụ lại ít gắn bó với làng nghề do thu nhập từ nghề chưa đủ hấp dẫn và thiếu cơ hội phát triển nghề nghiệp. Khoảng cách này làm cho tri thức nghề truyền thống chưa được chuyên hóa hiệu quả thành giá trị du lịch. Vì vậy, phát triển nguồn nhân lực cần được tiếp cận theo hướng tái cấu trúc vai trò của các nhóm lao động, thay vì chỉ mở rộng các chương trình đào tạo chung như hiện nay.

a. Mục tiêu của giải pháp

Hình thành đội ngũ nhân lực có khả năng đồng thời bảo tồn giá trị nghề truyền thống và cung cấp dịch vụ du lịch chuyên nghiệp; nâng cao năng lực tổ chức trải nghiệm tại điểm đến; tạo động lực để lao động trẻ tham gia phát triển du lịch làng nghề; từng bước xây dựng cơ chế phát triển nguồn nhân lực bền vững gắn với sinh kế của cộng đồng địa phương.

b. Nội dung và cách thức thực hiện

Tổ chức đào tạo theo từng nhóm đối tượng thay vì áp dụng một chương trình chung. Nghệ nhân tập trung bồi dưỡng kỹ năng kể chuyện, hướng dẫn thao tác trải nghiệm, giao tiếp với du khách và truyền đạt giá trị văn hóa của nghề. Lao động trẻ được đào tạo về tổ chức dịch vụ, chăm sóc khách, bán hàng, truyền thông số và hỗ trợ vận hành hoạt động du lịch. Đối với cán bộ quản lý địa phương và ban quản lý làng nghề, nội dung đào tạo cần hướng vào quản trị điểm đến, điều phối hoạt động giữa các chủ thể và kiểm soát chất lượng dịch vụ. Việc phân nhóm đào tạo giúp khắc phục đúng khoảng cách năng lực đã được xác định trong phần thực trạng, đồng thời sử dụng hiệu quả nguồn lực đào tạo.

Hình thành mô hình phối hợp giữa nghệ nhân và lao động trẻ trong tổ chức trải nghiệm du lịch. Nghệ nhân giữ vai trò truyền dạy nghề, thực hiện các công đoạn kỹ thuật và chia sẻ giá trị văn hóa của nghề truyền thống; lao động trẻ đảm nhiệm các hoạt động đón tiếp, hướng dẫn, điều phối trải nghiệm, hỗ trợ truyền thông và bán sản phẩm. Cách phân công này vừa khai thác được lợi thế của từng nhóm lao động, vừa giảm áp lực cho nghệ nhân lớn tuổi, đồng thời tạo cơ hội để lao động trẻ tham gia sâu hơn vào chuỗi giá trị du lịch.

Xây dựng cơ chế tạo động lực kinh tế để giữ chân lao động trẻ tại làng nghề. Đào tạo chỉ phát huy hiệu quả khi đi kèm cơ hội tạo thu nhập. Vì vậy, cần hình thành cơ chế phân chia doanh thu từ các hoạt động đón khách, hướng dẫn trải nghiệm, bán sản phẩm và truyền thông tại điểm đến theo mức độ đóng góp của từng cá nhân; đồng thời ưu tiên hỗ trợ thanh niên tham gia các mô hình khởi nghiệp gắn với dịch vụ du lịch, thương mại điện tử và sáng tạo sản phẩm trải nghiệm. Việc đa dạng hóa nguồn thu sẽ góp phần nâng cao sức hấp dẫn của nghề đối với lao động trẻ, hạn chế xu hướng dịch chuyển lao động ra khỏi địa phương.

Thiết lập cơ chế liên kết giữa chính quyền, cơ sở đào tạo, doanh nghiệp lữ hành và cộng đồng làng nghề trong phát triển nguồn nhân lực. Chính quyền địa phương giữ vai trò điều phối và huy động nguồn lực; các cơ sở đào tạo hỗ trợ xây dựng chương trình và tổ chức đào tạo thực hành; doanh nghiệp lữ hành tham gia góp ý nội dung đào tạo, tiếp nhận thực tập và phản hồi yêu cầu của thị trường; cộng đồng làng nghề trực tiếp tham gia tổ chức hoạt động trải nghiệm. Cơ chế phối hợp này giúp chương trình đào tạo gắn chặt với nhu cầu thực tế của thị trường thay vì chỉ dừng ở các khóa bồi dưỡng ngắn hạn mang tính phong trào.

4.3.3.5. Bảo đảm an toàn, an ninh tại điểm đến du lịch làng nghề

An toàn và an ninh là điều kiện nền tảng để duy trì niềm tin của du khách và bảo đảm sự phát triển bền vững của điểm đến. Mặc dù kết quả khảo sát cho thấy các làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai hiện được đánh giá tương đối an toàn, quá trình mở rộng hoạt động du lịch sẽ làm gia tăng yêu cầu quản trị rủi ro trong cả không gian sản xuất và không gian trải nghiệm. Kết quả hồi quy cũng khẳng định đây là một trong những yếu tố có ảnh hưởng có ý nghĩa thống kê đến phát triển du lịch làng nghề ($\beta = 0,190$). Vì vậy, giải pháp cần chuyển từ cách tiếp cận bảo đảm an toàn theo từng hoạt động riêng lẻ sang xây dựng một cơ chế quản trị rủi ro thống nhất, phù hợp với đặc điểm sản xuất hộ gia đình và mô hình du lịch cộng đồng tại các làng nghề.

a. Mục tiêu của giải pháp:

Thiết lập môi trường du lịch an toàn, minh bạch và thân thiện; giảm thiểu các rủi ro liên quan đến hoạt động sản xuất và phục vụ du lịch; đồng thời củng cố niềm tin của du khách thông qua hệ thống quản lý an toàn phù hợp với đặc điểm của các làng nghề.

b. Nội dung và cách thức thực hiện

Thiết lập hệ thống quản lý rủi ro phù hợp với từng loại hình làng nghề. Thay vì áp dụng một bộ tiêu chuẩn chung, cần xác định các nhóm rủi ro đặc thù theo từng loại hình sản xuất. Đối với các làng nghề chế biến thực phẩm, ưu tiên kiểm soát an toàn thực phẩm và chất lượng sản phẩm; đối với các làng nghề thủ công, trọng tâm là bảo đảm an toàn trong khu vực trải nghiệm nghề, phòng chống cháy nổ và giảm thiểu nguy cơ tai nạn trong quá trình tham quan. Việc đánh giá rủi ro cần được thực hiện định kỳ và tích hợp vào hoạt động quản lý điểm đến.

Chuẩn hóa các quy trình bảo đảm an toàn trong hoạt động đón khách. Mỗi làng nghề tham gia khai thác du lịch cần xây dựng quy trình vận hành thống nhất, bao gồm hướng dẫn di chuyển trong khu vực sản xuất, quy định đối với hoạt động trải nghiệm, hệ thống cảnh báo tại các vị trí có nguy cơ mất an toàn và quy trình xử lý khi xảy ra sự cố. Việc chuẩn hóa này vừa bảo vệ du khách, vừa giảm thiểu trách nhiệm pháp lý đối với các hộ sản xuất khi tham gia hoạt động du lịch.

Tăng cường tính minh bạch trong cung cấp dịch vụ và giao dịch với du khách. Cần thực hiện niêm yết công khai giá sản phẩm và dịch vụ, thống nhất thông tin giới thiệu tại điểm đến và xây dựng cơ chế tiếp nhận, xử lý phản ánh của du khách thông qua các kênh trực tiếp và nền tảng số. Minh bạch thông tin không chỉ góp phần hạn chế các hành vi chèo kéo hoặc định giá thiếu thống nhất mà còn nâng cao mức độ tin cậy đối với hình ảnh điểm đến.

Xây dựng cơ chế phối hợp giữa cộng đồng và chính quyền trong bảo đảm an toàn điểm đến. Chính quyền địa phương, cộng đồng làng nghề và lực lượng chức năng cần phối hợp trong công tác kiểm tra định kỳ, diễn tập ứng phó sự cố và xử lý các tình huống phát sinh liên quan đến an ninh trật tự, an toàn thực phẩm và phòng cháy chữa cháy. Đồng thời, cần thiết lập đầu mối hỗ trợ du khách tại từng làng nghề để bảo đảm mọi phản ánh và sự cố đều được tiếp nhận, xử lý kịp thời.

4.3.3.6. Phát triển và đa dạng hóa sản phẩm du lịch làng nghề

Sản phẩm là yếu tố quyết định khả năng chuyển hóa tài nguyên làng nghề thành giá trị du lịch. Kết quả nghiên cứu cho thấy mặc dù nhiều làng nghề đã sở hữu sản phẩm đặc trưng và từng bước được chuẩn hóa thông qua chương trình OCOP, phần lớn mới

dừng ở sản phẩm hàng hóa, trong khi sản phẩm trải nghiệm còn đơn giản, thiếu tính tương tác và chưa tạo được lý do đủ mạnh để du khách lưu lại lâu hơn hoặc gia tăng mức chi tiêu. Kết quả hồi quy cũng xác định phát triển sản phẩm có ảnh hưởng tích cực đến phát triển du lịch làng nghề ($\beta = 0,185$). Do đó, trọng tâm của giải pháp không phải tạo thêm nhiều sản phẩm mới, mà là chuyển đổi sản phẩm nghề truyền thống thành hệ thống trải nghiệm du lịch có khả năng khai thác thương mại.

a. Mục tiêu của giải pháp

Xây dựng hệ thống sản phẩm du lịch làng nghề có bản sắc, đáp ứng nhu cầu trải nghiệm của nhiều phân khúc khách; nâng cao giá trị gia tăng của nghề truyền thống; kéo dài thời gian lưu trú và gia tăng mức chi tiêu tại điểm đến; đồng thời bảo tồn giá trị văn hóa gắn với phát triển sinh kế cộng đồng.

b. Nội dung và cách thức thực hiện

Chuyển trọng tâm từ sản phẩm hàng hóa sang sản phẩm trải nghiệm. Mỗi làng nghề cần được thiết kế như một kịch bản trải nghiệm hoàn chỉnh thay vì chỉ là nơi giới thiệu quy trình sản xuất. Hoạt động tham quan nên được tổ chức theo chuỗi gồm giới thiệu câu chuyện nghề, quan sát quy trình, trực tiếp tham gia một công đoạn phù hợp, giao lưu với nghệ nhân và hoàn thiện sản phẩm mang về. Kịch bản trải nghiệm cần phản ánh đặc trưng riêng của từng nghề thay vì áp dụng một mô hình chung, chẳng hạn trải nghiệm nấu rượu tại Bàu Đá, làm nón tại Phú Gia, dệt chiếu tại Chương Hòa hay chăm sóc mai cảnh tại Háo Đức theo từng mùa sinh trưởng.

Phát triển sản phẩm theo đặc điểm của từng nhóm làng nghề. Đối với nhóm nghề thủ công, trọng tâm là tăng cường hoạt động thực hành và tương tác giữa du khách với nghệ nhân. Đối với nhóm chế biến thực phẩm, cần kết hợp trải nghiệm chế biến với thưởng thức sản phẩm và giới thiệu văn hóa ẩm thực địa phương. Riêng đối với làng mai cảnh Háo Đức, sản phẩm nên được xây dựng theo chu kỳ mùa vụ, khai thác các hoạt động chăm sóc, tạo dáng, tuốt lá và trưng bày mai vào dịp Tết, thay vì chỉ tập trung vào hoạt động mua bán cây cảnh.

Nâng cao giá trị thương mại của sản phẩm làng nghề. Bên cạnh trải nghiệm, sản phẩm hàng hóa cần tiếp tục được chuẩn hóa về chất lượng, mẫu mã và nhận diện thương hiệu để phù hợp với thị trường du lịch. Việc cải tiến bao bì, kích cỡ, thông tin sản phẩm

và hệ thống nhận diện cần hướng đến nhu cầu mua sắm của khách du lịch thay vì chỉ phục vụ thị trường tiêu dùng truyền thống. Đồng thời, cần phát triển các dòng quà tặng và sản phẩm lưu niệm có giá trị sử dụng, dễ vận chuyển và gắn với câu chuyện văn hóa của từng làng nghề.

Đa dạng hóa sản phẩm theo từng phân khúc thị trường. Thay vì cung cấp cùng một chương trình cho mọi đối tượng, sản phẩm cần được thiết kế phù hợp với nhu cầu của từng nhóm khách. Khách gia đình và khách phổ thông ưu tiên các hoạt động trải nghiệm gắn kết hợp mua sắm; học sinh, sinh viên hướng đến chương trình giáo dục nghề truyền thống; khách quốc tế cần được tăng cường yếu tố giao lưu văn hóa và trải nghiệm thực hành; trong khi khách chuyên đề có thể khai thác các chương trình chuyên sâu về nghề thủ công hoặc ẩm thực bản địa.

4.3.3.7. Tăng cường sự tham gia chủ động của cộng đồng trong PTDLLN

Sự tham gia của cộng đồng không chỉ quyết định tính bền vững của du lịch làng nghề mà còn là điều kiện để duy trì bản sắc văn hóa và bảo đảm lợi ích được phân phối công bằng. Kết quả nghiên cứu cho thấy người dân hiện vẫn chủ yếu tham gia với vai trò người sản xuất và cung cấp sản phẩm, trong khi mức độ tham gia vào quá trình ra quyết định, tổ chức hoạt động và quản trị điểm đến còn hạn chế. Vì vậy, giải pháp trọng tâm không phải là mở rộng số lượng người tham gia, mà là nâng cao vai trò của cộng đồng từ đối tượng thụ hưởng thành chủ thể đồng quản trị và đồng sáng tạo giá trị du lịch.

a. Mục tiêu của giải pháp

Xây dựng cơ chế để cộng đồng địa phương tham gia thực chất vào quá trình phát triển du lịch làng nghề; bảo đảm phân chia lợi ích minh bạch và công bằng; nâng cao trách nhiệm của người dân trong bảo tồn nghề truyền thống, gìn giữ môi trường và phát triển điểm đến theo hướng bền vững.

b. Nội dung và cách thức thực hiện

Thiết lập cơ chế quản trị có sự tham gia của cộng đồng. Mỗi làng nghề cần hình thành tổ hoặc ban điều phối du lịch cộng đồng với sự tham gia của nghệ nhân, hộ sản xuất, hợp tác xã, chính quyền cấp xã và doanh nghiệp liên kết. Nhóm này chịu trách nhiệm thống nhất kế hoạch đón khách, điều phối hoạt động trải nghiệm, giám sát chất

lượng dịch vụ và tiếp nhận phản hồi từ du khách, qua đó tạo cơ chế phối hợp thường xuyên thay cho cách quản lý phân tán hiện nay.

Hoàn thiện cơ chế chia sẻ lợi ích minh bạch. Doanh thu từ các hoạt động du lịch cần được phân bổ theo nguyên tắc rõ ràng giữa hộ trực tiếp cung cấp dịch vụ và quỹ phát triển cộng đồng. Một phần nguồn thu nên được sử dụng để bảo tồn nghề truyền thống, cải thiện hạ tầng chung, hỗ trợ các hộ mới tham gia và tổ chức hoạt động quảng bá, qua đó tạo động lực để người dân chủ động đầu tư cho phát triển du lịch lâu dài.

Khuyến khích cộng đồng chủ động đổi mới sản phẩm và dịch vụ. Thay vì chỉ tham gia thực hiện các chương trình do cơ quan quản lý thiết kế, cộng đồng cần được tạo điều kiện đề xuất các ý tưởng mới như trải nghiệm theo mùa vụ, hoạt động kể chuyện về nghề, chương trình giao lưu với nghệ nhân hoặc các sự kiện văn hóa quy mô nhỏ. Những sáng kiến khả thi có thể được hỗ trợ kinh phí thí điểm thông qua quỹ phát triển cộng đồng trước khi nhân rộng.

Phát huy vai trò của các tổ chức xã hội ở địa phương. Hội phụ nữ, đoàn thanh niên, hội nông dân và hợp tác xã cần được huy động như lực lượng hỗ trợ vận động cộng đồng, tổ chức sự kiện, hướng dẫn du khách và giám sát việc thực hiện quy tắc ứng xử tại điểm đến. Việc lồng ghép các tổ chức này vào quản trị sẽ giúp mở rộng mức độ tham gia của cộng đồng và tăng tính bền vững của mô hình phát triển.

4.3.3.8. Đẩy mạnh xúc tiến, quảng bá và chuyển đổi số du lịch làng nghề

Kết quả nghiên cứu cho thấy hoạt động xúc tiến hiện nay mới giúp hình thành nhận biết ban đầu về làng nghề, nhưng chưa tạo được khả năng chuyển hóa thành quyết định tham quan và tiêu dùng. Thương hiệu du lịch làng nghề còn thiếu tính thống nhất; nội dung quảng bá chủ yếu giới thiệu sản phẩm thủ công thay vì trải nghiệm du lịch; thông tin trên nền tảng số còn phân tán, thiếu tính tương tác và chưa hỗ trợ đặt dịch vụ trực tuyến. Trong bối cảnh phần lớn du khách tìm kiếm thông tin và xây dựng hành trình thông qua môi trường số, chuyển đổi từ cách tiếp cận quảng bá truyền thống sang tiếp thị số tích hợp trở thành điều kiện quan trọng để mở rộng thị trường và nâng cao hiệu quả khai thác du lịch làng nghề.

a. Mục tiêu của giải pháp

Xây dựng hình ảnh thống nhất cho du lịch làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai;

nâng cao khả năng tiếp cận thị trường thông qua nền tảng số; tăng tỷ lệ chuyển đổi từ nhận biết sang quyết định tham quan và mua sản phẩm; đồng thời hình thành hệ thống xúc tiến liên kết giữa cộng đồng làng nghề, doanh nghiệp lữ hành và các điểm đến trong khu vực.

b. Nội dung và cách thức thực hiện

Xây dựng chiến lược thương hiệu thống nhất cho du lịch làng nghề. Thay vì quảng bá riêng lẻ từng làng nghề, cần phát triển một thương hiệu chung cho du lịch làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai, trong đó mỗi làng nghề giữ vai trò là một điểm nhấn với câu chuyện, hình ảnh và sản phẩm đặc trưng riêng. Hệ thống nhận diện (logo, màu sắc, thông điệp, hình ảnh) cần được chuẩn hóa và sử dụng thống nhất trong toàn bộ hoạt động truyền thông, góp phần nâng cao khả năng ghi nhớ và tạo hình ảnh nhất quán đối với du khách.

Chuyển trọng tâm từ quảng bá sản phẩm sang quảng bá trải nghiệm. Nội dung truyền thông cần nhấn mạnh những hoạt động mà du khách có thể trực tiếp tham gia như làm nón, nấu rượu, tráng bánh, đan lát hay giao lưu với nghệ nhân, thay vì chỉ giới thiệu sản phẩm hoàn thiện. Cách tiếp cận này giúp du khách hình dung rõ giá trị trải nghiệm trước chuyến đi và gia tăng khả năng chuyển từ nhận biết sang quyết định tham quan.

Đẩy mạnh chuyển đổi số trong xúc tiến và phân phối sản phẩm du lịch. Xây dựng cổng thông tin và bản đồ số thống nhất về các làng nghề; tích hợp thông tin điểm đến, lịch sự kiện, sản phẩm trải nghiệm và chức năng đăng ký tham quan trực tuyến. Đồng thời, chuẩn hóa dữ liệu số của từng làng nghề trên các nền tảng du lịch, bản đồ số và công cụ tìm kiếm nhằm nâng cao khả năng tiếp cận thông tin của du khách.

Mở rộng kênh truyền thông và phân phối thông qua hợp tác với doanh nghiệp và nền tảng số. Các doanh nghiệp lữ hành cần được khuyến khích tham gia xây dựng tour mẫu, trong khi các cơ sở lưu trú, khu du lịch và nền tảng đặt dịch vụ trực tuyến trở thành kênh phân phối sản phẩm làng nghề. Bên cạnh đó, việc tổ chức các chương trình famtrip, presstrip và hợp tác với các nhà sáng tạo nội dung phù hợp sẽ giúp mở rộng phạm vi tiếp cận thị trường với chi phí thấp hơn so với quảng bá truyền thống.

Thiết lập cơ chế đánh giá hiệu quả hoạt động xúc tiến trên cơ sở dữ liệu. Hoạt động truyền thông cần được theo dõi bằng hệ thống chỉ tiêu cụ thể như lượng tiếp cận, mức độ tương tác, lượt đặt tour, tỷ lệ chuyển đổi từ truy cập sang sử dụng dịch vụ, mức độ hài lòng và doanh thu từ khách du lịch. Kết quả đánh giá được cập nhật định kỳ để điều chỉnh thông điệp, lựa chọn kênh truyền thông và phân bổ ngân sách xúc tiến phù hợp với từng giai đoạn phát triển.

4.3.3.9. Liên kết các làng nghề, xây dựng các tuyến, chương trình du lịch làng nghề

Kết quả nghiên cứu cho thấy nhu cầu thị trường đối với các chương trình du lịch kết hợp làng nghề với các điểm đến văn hóa, sinh thái và biển đảo đã hình thành khá rõ, trong khi khả năng tổ chức liên kết giữa các chủ thể vẫn còn rất hạn chế. Các làng nghề chủ yếu hoạt động độc lập; doanh nghiệp lữ hành thiếu cơ chế phối hợp ổn định; còn hệ thống tuyến, điểm du lịch chưa được tổ chức như một chuỗi sản phẩm thống nhất. Vì vậy, trọng tâm của giải pháp không chỉ là hình thành thêm các tour mới, mà là xây dựng cơ chế liên kết đủ bền vững để các chương trình du lịch có thể vận hành thường xuyên và mang lại lợi ích cho tất cả các bên tham gia.

a. Mục tiêu của giải pháp

Hình thành mạng lưới liên kết giữa các làng nghề, doanh nghiệp lữ hành và các điểm du lịch trong khu vực; phát triển các chương trình du lịch có khả năng khai thác thương mại ổn định; kéo dài thời gian lưu trú, gia tăng mức chi tiêu của du khách; đồng thời nâng cao hiệu quả khai thác tài nguyên thông qua cơ chế phối hợp và chia sẻ lợi ích minh bạch giữa các chủ thể.

b. Nội dung và cách thức thực hiện

Tổ chức không gian liên kết theo cấu trúc cụm và tuyến thay vì phát triển từng làng nghề riêng lẻ. Trên cơ sở quy hoạch không gian du lịch của tỉnh, các làng nghề cần được phân nhóm theo tính bổ trợ về sản phẩm và vị trí địa lý để hình thành các cụm trải nghiệm như cụm thủ công mỹ nghệ, cụm ẩm thực truyền thống hoặc cụm nghề gắn với văn hóa bản địa. Từ các cụm này phát triển những tuyến du lịch kết nối với Quy Nhơn, An Nhơn, Tây Sơn và các điểm du lịch biển, sinh thái hoặc di sản văn hóa, tạo thành hành trình liên hoàn thay vì các điểm tham quan rời rạc.

Thiết lập cơ chế hợp tác ổn định giữa cộng đồng làng nghề và doanh nghiệp lữ

hành. Chính quyền địa phương cần đóng vai trò điều phối trong việc thống nhất tiêu chuẩn dịch vụ, cơ chế đặt dịch vụ, chính sách giá và phương thức phân chia lợi ích giữa các hộ sản xuất, hợp tác xã và doanh nghiệp lữ hành. Việc tổ chức các chương trình khảo sát tuyến (famtrip) và thử nghiệm sản phẩm cần được thực hiện định kỳ nhằm hoàn thiện chương trình trước khi đưa vào khai thác thương mại.

Chuẩn hóa chất lượng dịch vụ trên toàn tuyến du lịch. Hiệu quả của một chương trình liên kết không phụ thuộc vào một điểm đến riêng lẻ mà phụ thuộc vào chất lượng đồng đều của toàn bộ hành trình. Vì vậy, việc đầu tư hạ tầng, nâng cao chất lượng nguồn nhân lực, bảo đảm môi trường và chuẩn hóa dịch vụ tại từng làng nghề cần được triển khai đồng bộ theo các giải pháp đã đề xuất ở các mục trước, nhằm tạo trải nghiệm thống nhất cho du khách trên toàn tuyến.

Lồng ghép các tuyến du lịch làng nghề vào hệ thống xúc tiến và phân phối chung của tỉnh. Các tuyến sau khi hoàn thiện cần được tích hợp trên cổng thông tin và bản đồ số du lịch, đồng thời trở thành sản phẩm chính thức trong danh mục của các doanh nghiệp lữ hành, cơ sở lưu trú và trung tâm thông tin du lịch. Hoạt động truyền thông cần chuyển từ quảng bá từng làng nghề riêng lẻ sang quảng bá hành trình trải nghiệm hoàn chỉnh, qua đó nâng cao khả năng tiếp cận thị trường và tăng tỷ lệ chuyển đổi từ nhu cầu sang hành vi tham quan thực tế.

4.3.3.10. Hoàn thiện cơ chế điều phối hỗ trợ phát triển du lịch làng nghề

Mặc dù hệ thống chính sách liên quan đến du lịch làng nghề đã được hình thành ở nhiều lĩnh vực như du lịch, nông nghiệp, công thương và bảo tồn văn hóa, kết quả nghiên cứu cho thấy điểm nghẽn hiện nay không nằm ở sự thiếu vắng chính sách mà ở sự thiếu vắng một cơ chế điều phối thống nhất giữa các ngành và các cấp quản lý. Các chính sách hiện hành chủ yếu được xây dựng theo mục tiêu của từng lĩnh vực, trong khi phát triển du lịch làng nghề lại đòi hỏi sự phối hợp đồng thời giữa quy hoạch không gian, bảo tồn nghề, phát triển sản phẩm, hạ tầng, thị trường và cộng đồng địa phương. Trọng tâm của giải pháp này hướng đến hoàn thiện thể chế điều phối để kết nối các chính sách hiện có thành một chương trình phát triển thống nhất.

a. Mục tiêu của giải pháp

Hoàn thiện cơ chế điều phối liên ngành trong phát triển du lịch làng nghề; nâng

cao hiệu quả thực thi chính sách; bảo đảm sự phối hợp giữa các cấp quản lý và các chủ thể tham gia; đồng thời tạo môi trường thể chế thuận lợi để huy động nguồn lực xã hội và phát triển du lịch làng nghề theo hướng bền vững.

b. Nội dung và cách thức thực hiện

Thiết lập cơ chế điều phối liên ngành thống nhất đối với phát triển du lịch làng nghề. Trên cơ sở mô hình chính quyền địa phương hai cấp hiện nay, cần giao một đầu mối cấp tỉnh chịu trách nhiệm điều phối các hoạt động liên quan đến du lịch làng nghề, bảo đảm sự phối hợp giữa các cơ quan quản lý về du lịch, nông nghiệp, công thương, văn hóa và chính quyền cấp xã. Cơ chế này không thay thế chức năng quản lý chuyên ngành mà tập trung vào điều phối các chương trình liên ngành, tránh tình trạng mỗi ngành triển khai theo mục tiêu riêng nhưng thiếu sự kết nối trong thực tiễn.

Hoàn thiện hệ thống chính sách theo hướng tích hợp thay vì hỗ trợ riêng lẻ. Các chính sách hỗ trợ đầu tư, bảo tồn nghề, phát triển sản phẩm, đào tạo, chuyển đổi số và xúc tiến cần được tích hợp trong cùng một chương trình phát triển du lịch làng nghề của tỉnh, với tiêu chí ưu tiên và nguồn lực được xác định thống nhất. Cách tiếp cận này giúp giảm chồng chéo giữa các chính sách, đồng thời tạo điều kiện để các làng nghề tiếp cận nguồn hỗ trợ theo một quy trình đơn giản và minh bạch hơn.

Đổi mới phương thức phân bổ nguồn lực công theo kết quả phát triển. Thay vì phân bổ dàn trải theo địa giới hành chính hoặc theo số lượng làng nghề, cần ưu tiên đầu tư cho những cụm làng nghề có khả năng hình thành sản phẩm du lịch, có mức độ sẵn sàng cao và có khả năng tạo hiệu ứng lan tỏa đối với các địa bàn lân cận. Việc phân bổ ngân sách cần gắn với các chỉ tiêu đầu ra như số sản phẩm được hình thành, số chương trình du lịch được khai thác, mức độ tham gia của cộng đồng và hiệu quả kinh tế - xã hội đạt được.

Thiết lập cơ chế theo dõi, đánh giá và điều chỉnh chính sách dựa trên bằng chứng. Xây dựng hệ thống chỉ tiêu giám sát thống nhất về phát triển du lịch làng nghề, bao gồm các chỉ tiêu về lượng khách, doanh thu, mức độ tham gia của cộng đồng, chất lượng dịch vụ, bảo tồn nghề truyền thống và tác động môi trường. Kết quả đánh giá cần được công bố định kỳ và sử dụng làm căn cứ điều chỉnh chính sách cũng như phân bổ nguồn lực trong các giai đoạn tiếp theo, bảo đảm quá trình quản trị dựa trên dữ liệu.

TÓM TẮT PHẦN 4

Phần 4 đã phân tích toàn diện thực trạng phát triển du lịch làng nghề tại khu vực phía Đông tỉnh Gia Lai trên cơ sở kết hợp giữa dữ liệu khảo sát, phỏng vấn chuyên gia, điều tra hộ sản xuất, doanh nghiệp lữ hành và du khách, cùng với kết quả phân tích định lượng nhằm nhận diện những yếu tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch làng nghề.

Khu vực phía Đông tỉnh Gia Lai sở hữu hệ thống làng nghề truyền thống đa dạng với nhiều giá trị văn hóa đặc sắc, bước đầu hình thành hoạt động du lịch tại một số làng nghề tiêu biểu. Tuy nhiên, quá trình phát triển vẫn chủ yếu dựa trên lợi thế tài nguyên sẵn có, trong khi các điều kiện để chuyển hóa làng nghề thành sản phẩm du lịch hoàn chỉnh còn nhiều hạn chế. Hạ tầng phục vụ du lịch chưa đồng bộ; sản phẩm trải nghiệm còn đơn điệu; nguồn nhân lực thiếu kỹ năng phục vụ khách; hoạt động liên kết giữa cộng đồng, doanh nghiệp và cơ quan quản lý còn lỏng lẻo; công tác xúc tiến quảng bá chưa theo kịp xu hướng chuyển đổi số; sự tham gia của cộng đồng còn mang tính thụ động; và cơ chế điều phối liên ngành vẫn chưa hình thành rõ nét. Những hạn chế này làm giảm khả năng chuyển hóa các giá trị văn hóa truyền thống thành lợi thế cạnh tranh của điểm đến.

Kết quả phân tích mô hình hồi quy cho thấy, phát triển du lịch làng nghề chịu tác động đồng thời của nhiều nhóm yếu tố, trong đó cơ sở hạ tầng, vệ sinh môi trường, nguồn nhân lực, an toàn điểm đến, sản phẩm du lịch, sự tham gia của cộng đồng và công tác xúc tiến quảng bá đều có ảnh hưởng tích cực và có ý nghĩa thống kê. Phát triển du lịch làng nghề không phụ thuộc vào một yếu tố riêng lẻ mà đòi hỏi sự phối hợp đồng bộ giữa đầu tư hạ tầng, phát triển sản phẩm, nâng cao năng lực cộng đồng và hoàn thiện cơ chế quản trị.

Trên cơ sở kết quả phân tích thực trạng và bằng chứng định lượng, nghiên cứu đã đề xuất hệ thống giải pháp theo hướng tiếp cận tích hợp, bao gồm quy hoạch không gian phát triển; đầu tư hạ tầng; phát triển sản phẩm; nâng cao chất lượng nguồn nhân lực; bảo vệ môi trường; bảo đảm an toàn điểm đến; thúc đẩy sự tham gia của cộng đồng; tăng cường xúc tiến quảng bá và chuyển đổi số; phát triển liên kết chuỗi giá trị; và hoàn thiện thể chế, cơ chế điều phối. Các giải pháp được xây dựng theo nguyên tắc bám sát những hạn chế đã được nhận diện, đồng thời phù hợp với điều kiện thực tiễn của khu vực nghiên cứu và định hướng phát triển du lịch bền vững của tỉnh Gia Lai trong giai đoạn tới.

PHẦN 5. KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

5.1. KẾT LUẬN

Luận án đã hoàn thành các mục tiêu nghiên cứu đặt ra thông qua việc hệ thống hóa cơ sở lý luận, đánh giá thực trạng, xác định các yếu tố ảnh hưởng và đề xuất hệ thống giải pháp phát triển du lịch làng nghề khu vực phía Đông tỉnh Gia Lai theo hướng bền vững.

1) Nghiên cứu góp phần hệ thống hóa và phát triển cơ sở lý luận về phát triển du lịch làng nghề trong bối cảnh phát triển du lịch trải nghiệm và kinh tế văn hóa hiện nay. Trên cơ sở kế thừa các nghiên cứu trước, luận án tiếp cận phát triển du lịch làng nghề như một quá trình chuyển hóa tài nguyên nghề truyền thống thành sản phẩm du lịch thông qua sự tương tác giữa cộng đồng địa phương, doanh nghiệp, thị trường và hệ thống quản trị điểm đến. Theo đó, giá trị của làng nghề không chỉ nằm ở sản phẩm thủ công hay nghề truyền thống, mà còn được tạo ra từ khả năng tổ chức trải nghiệm, liên kết chuỗi giá trị, huy động sự tham gia của cộng đồng và phân phối lợi ích một cách bền vững giữa các chủ thể liên quan.

2) Kết quả nghiên cứu thực trạng cho thấy, khu vực phía Đông tỉnh Gia Lai sở hữu hệ thống làng nghề đa dạng với nhiều giá trị văn hóa và lịch sử đặc sắc. Một số làng nghề như rượu Bầu Đá, tiện gỗ mỹ nghệ Nhơn Hậu, chằm nón ngựa Phú Gia, dệt chiếu cói Chương Hòa, bánh tráng - bún số 8 Tăng Long 1, bước đầu đã hình thành hoạt động du lịch gắn với tham quan, trải nghiệm và tiêu thụ sản phẩm tại chỗ, góp phần tạo thêm thu nhập cho người dân, mở rộng đầu ra sản phẩm và duy trì nghề truyền thống trong bối cảnh chuyển dịch kinh tế nông thôn.

Tuy nhiên, kết quả phát triển du lịch làng nghề giữa các địa bàn còn có sự phân hóa rõ rệt. Các làng nghề có lợi thế về vị trí địa lý, khả năng kết nối giao thông, thương hiệu sản phẩm và mức độ tổ chức hoạt động trải nghiệm đạt hiệu quả khai thác cao hơn, trong khi nhiều làng nghề sở hữu giá trị văn hóa và lịch sử đặc sắc nhưng chưa chuyển hóa hiệu quả thành sản phẩm du lịch có khả năng cạnh tranh. Điển hình, thị xã An Nhơn đạt kết quả nổi bật hơn nhờ hội tụ đồng thời các điều kiện về hạ tầng, tổ chức trải nghiệm và nhận diện thương hiệu, trong khi nhiều địa bàn khác vẫn gặp khó khăn trong thu hút khách, gia tăng doanh thu và kết nối tour tuyến. Thực trạng này phản ánh những hạn chế

còn tồn tại về hạ tầng phục vụ khách, chất lượng và tính đa dạng của sản phẩm trải nghiệm, mức độ liên kết với doanh nghiệp lữ hành, năng lực xúc tiến quảng bá gắn với chuyển đổi số, chất lượng nguồn nhân lực và cơ chế phối hợp giữa các chủ thể phát triển du lịch làng nghề.

3) Các phát hiện thực nghiệm cho thấy, phát triển du lịch làng nghề tại khu vực phía Đông tỉnh Gia Lai chịu tác động đồng thời của nhiều nhóm yếu tố khác nhau. Trong đó, cơ sở hạ tầng có mức độ ảnh hưởng lớn nhất, tiếp theo là vệ sinh môi trường, nguồn nhân lực, an toàn - an ninh điểm đến, sản phẩm du lịch làng nghề, sự tham gia của cộng đồng và thể chế, chính sách hỗ trợ. Các yếu tố này không tồn tại độc lập mà có mối quan hệ hỗ trợ lẫn nhau trong việc hình thành chất lượng điểm đến và nâng cao hiệu quả khai thác du lịch làng nghề. Kết quả nghiên cứu cũng chỉ ra rằng lợi thế về tài nguyên văn hóa và nghề truyền thống không tự động chuyển hóa thành lợi thế cạnh tranh du lịch nếu thiếu các điều kiện hỗ trợ về hạ tầng, tổ chức sản phẩm, liên kết thị trường, quản trị điểm đến và cơ chế phối hợp giữa các chủ thể liên quan. Đây là một trong những phát hiện quan trọng của luận án, góp phần bổ sung bằng chứng thực nghiệm cho nghiên cứu về phát triển du lịch làng nghề ở Việt Nam.

4) Trên cơ sở kết quả nghiên cứu định tính, định lượng và phân tích SWOT, luận án đã đề xuất hệ thống giải pháp phát triển du lịch làng nghề theo hướng tích hợp, bao gồm hoàn thiện quy hoạch và tổ chức không gian phát triển; cải thiện cơ sở hạ tầng và nâng cao chất lượng dịch vụ; bảo vệ môi trường và phát triển du lịch làng nghề; tăng cường đào tạo và nâng cao chất lượng nguồn nhân lực; bảo đảm an toàn an ninh điểm đến; phát triển và đa dạng hóa sản phẩm; tăng cường sự tham gia của cộng đồng; đẩy mạnh xúc tiến, quảng bá và chuyển đổi số; liên kết các làng nghề, xây dựng các tuyến, chương trình du lịch làng nghề; đồng thời hoàn thiện cơ chế điều phối hỗ trợ phát triển du lịch làng nghề. Các giải pháp được xây dựng trên cơ sở bám sát những hạn chế đã được nhận diện trong nghiên cứu thực trạng, đồng thời phù hợp với điều kiện phát triển của tỉnh Gia Lai và định hướng phát triển du lịch bền vững trong giai đoạn tới.

Nghiên cứu góp phần khẳng định rằng phát triển du lịch làng nghề cần được tiếp cận như một quá trình quản trị điểm đến tổng hợp, trong đó việc bảo tồn giá trị văn hóa truyền thống, nâng cao năng lực cộng đồng, phát triển sản phẩm trải nghiệm và tăng

cường liên kết giữa các chủ thể có ý nghĩa quyết định đối với hiệu quả và tính bền vững của hoạt động du lịch. Trong dài hạn, đây không chỉ là hướng phát triển kinh tế du lịch mà còn là giải pháp quan trọng nhằm bảo tồn không gian văn hóa nghề truyền thống, tạo sinh kế bền vững cho cộng đồng và thúc đẩy phát triển nông thôn theo hướng xanh, bao trùm và thích ứng với quá trình chuyển đổi kinh tế hiện nay.

5.2. KIẾN NGHỊ

5.2.1. Kiến nghị với Bộ Văn hóa - Thể thao và Du lịch

Trên cơ sở kết quả nghiên cứu, tác giả luận án kiến nghị với Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (BVHTTDL), cơ quan quản lý nhà nước cấp trên ở Trung ương về lĩnh vực du lịch, tập trung một số nội dung sau:

1) Hoàn thiện và chuẩn hóa hệ thống quy định, hướng dẫn chuyên môn về du lịch làng nghề, bao gồm: tiêu chuẩn tối thiểu đối với điểm du lịch làng nghề/điểm trải nghiệm nghề; hướng dẫn tổ chức sản phẩm theo hướng “trải nghiệm hóa” gắn với bảo tồn văn hóa - nghề; quy trình quản lý chất lượng dịch vụ và cơ chế tiếp nhận, xử lý phản hồi của du khách.

2) Thiết kế cơ chế hỗ trợ theo chương trình mục tiêu theo hướng gắn đầu ra, ưu tiên các địa bàn có tiềm năng. Đầu ra tập trung vào: gói sản phẩm trải nghiệm mẫu; bộ nhận diện và nội dung số; mô hình vận hành điểm đến dựa vào cộng đồng; mô hình quản trị môi trường - chất thải; chương trình đào tạo ngắn hạn có đánh giá kết quả.

3) Tăng cường phối hợp liên ngành trong phát triển nguồn nhân lực và thúc đẩy liên kết chuỗi giá trị; ban hành định hướng khuyến khích xã hội hóa đầu tư vào hạ tầng dịch vụ thiết yếu, chuyển đổi số và tiêu thụ sản phẩm làng nghề; và lồng ghép yêu cầu bảo vệ môi trường, sử dụng tài nguyên hợp lý trong phát triển du lịch làng nghề.

5.2.2. Đối với tỉnh Gia Lai và chính quyền địa phương

1) Xây dựng quy hoạch phát triển du lịch làng nghề theo hướng liên kết giữa các làng nghề với các điểm du lịch văn hóa, sinh thái và du lịch biển trong khu vực nhằm hình thành các tuyến du lịch có tính kết nối và khả năng khai thác ổn định.

2) Ưu tiên đầu tư cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch tại các làng nghề, đặc biệt là giao thông kết nối, bãi đỗ xe, hệ thống biển chỉ dẫn, nhà vệ sinh công cộng, không gian trưng bày và khu vực trải nghiệm cho du khách.

3) Tăng cường hỗ trợ các làng nghề xây dựng và hoàn thiện sản phẩm du lịch gắn với giá trị văn hóa truyền thống, sản phẩm OCOP và hoạt động trải nghiệm nghề; đồng thời đẩy mạnh xúc tiến quảng bá và ứng dụng chuyển đổi số trong giới thiệu điểm đến làng nghề.

4) Có cơ chế hỗ trợ đào tạo nguồn nhân lực du lịch tại địa phương, nhất là kỹ năng hướng dẫn trải nghiệm, giao tiếp với du khách, quảng bá sản phẩm và tổ chức hoạt động du lịch cộng đồng.

5) Tăng cường liên kết giữa địa phương với doanh nghiệp lữ hành, cơ sở đào tạo và các chủ thể du lịch nhằm mở rộng khả năng kết nối tour tuyến và nâng cao hiệu quả khai thác du lịch làng nghề.

6) Chú trọng công tác quản lý môi trường tại các làng nghề, kiểm soát hoạt động khai thác du lịch phù hợp với sức chứa điểm đến và hạn chế xu hướng thương mại hóa làm ảnh hưởng đến giá trị văn hóa truyền thống.

CÁC CÔNG TRÌNH NGHIÊN CỨU ĐÃ CÔNG BỐ CÓ LIÊN QUAN ĐẾN LUẬN ÁN

1. Đặng Thành Thức, Đặng Bửu Kiếm, Nguyễn Thị Minh Hiền & Đinh Phạm Hiền (2024). Các yếu tố ảnh hưởng đến sự hài lòng của du khách tham quan tại Làng nghề nón ngựa Phú Gia, tỉnh Bình Định. Tạp chí Kinh tế và Dự Báo. 10(5): 204-207.
2. Đặng Thành Thức, Nguyễn Thị Minh Hiền & Quyền Đình Hà (2024). Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định tham quan các làng nghề tại tỉnh Bình Định trên quan điểm của du khách nội địa. Tạp chí Kinh tế và Dự Báo. 11(6): 230-233.
3. Đặng Thành Thức, Nguyễn Thị Minh Hiền & Đinh Phạm Hiền (2024). Một số vấn đề lý luận cơ bản về phát triển du lịch làng nghề. Tạp chí Khoa học Nông nghiệp Việt Nam. 22(8): 1102-1112.
4. Đặng Thành Thức, Nguyễn Thị Minh Hiền, Quyền Đình Hà & Bùi Trọng Tiến Bảo (2024). Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định tham gia của cộng đồng địa phương trong phát triển du lịch làng nghề tại tỉnh Bình Định. Tạp chí Kinh tế và Dự Báo. 16(8): 238-241.
5. Đặng Thành Thức, Bùi Trọng Tiến Bảo, Quyền Đình Hà & Nguyễn Thị Minh Hiền, (2025). Các nhân tố chính ảnh hưởng đến phát triển du lịch làng nghề tại tỉnh Bình Định. Tạp chí Kinh tế và Dự Báo. Số đặc biệt (2): 501-504.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

I. Tiếng Việt

1. Bộ Chính trị (2017). Nghị quyết số 08-NQ/TW của Bộ Chính trị về phát triển du lịch trở thành ngành kinh tế mũi nhọn. Ban hành ngày 16/01/2017.
2. Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn (2006). Thông tư số 116/2006/TT- BNN của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn: Hướng dẫn thực hiện một số nội dung của Nghị định số 66/2006/NĐ-CP ngày 07/7/2006 của Chính phủ về phát triển ngành nghề nông thôn.
3. Bùi Trọng Tiến Bảo (2024). Phát triển du lịch vùng Đồng Tháp Mười trong bối cảnh hội nhập. Luận án tiến sĩ kinh tế. Học viện Nông nghiệp Việt Nam.
4. Bùi Văn Vượng (2002). Làng nghề thủ công truyền thống Việt Nam. Nhà Xuất Bản Văn hóa Thông tin. Hà Nội.
5. Cao Trí Dũng (2020). Phát triển du lịch đường bộ trên tuyến hành lang kinh tế đông tây. Luận án Tiến sĩ. Trường Đại học Đà Nẵng.
6. Châu Minh Tuấn (2024). Thực trạng phát triển làng nghề kết hợp du lịch trên địa bàn tỉnh Trà Vinh. Tạp chí khoa học. Học viện cán bộ thành phố Hồ Chí Minh, 2(16), 83-96.
7. Chính phủ (2018). Nghị định 52/2018/NĐ-CP của Chính phủ Về phát triển ngành nghề nông thôn. Ban hành ngày 12/04/2018.
8. Chính phủ (2020). Quyết định 147/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030. Ban hành ngày 22/01/2020.
9. Chính phủ (2022). Quyết định 801/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chương trình bảo tồn và phát triển làng nghề Việt Nam giai đoạn 2021 - 2030. Ban hành ngày 07/07/2022.
10. Chính phủ (2022). Quyết định 922/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Chương trình phát triển du lịch nông thôn trong xây dựng nông thôn mới giai đoạn 2021 - 2025. Ban hành ngày 02/08/2022.
11. Chính phủ (2023). Nghị quyết số 82/NQ-CP của Chính phủ về nhiệm vụ, giải pháp chủ yếu đẩy nhanh phục hồi, tăng tốc phát triển du lịch hiệu quả, bền vững. Ban hành ngày 18/05/2023.
12. Chính phủ (2023). Quyết định 1619/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ phê duyệt Quy hoạch tỉnh Bình Định thời kỳ 2021 - 2030, tầm nhìn đến năm 2050. Ban hành ngày 14/12/2023.

13. Chính phủ (2024). Chỉ thị 08/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ về phát triển du lịch toàn diện, nhanh và bền vững thời gian tới. Ban hành ngày 23/02/2024.
14. Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam (2026), Cơ sở dữ liệu trực tuyến thống kê du lịch, truy cập ngày 26/4/2026, từ <https://thongke.tourism.vn/index.php/news/items/354>
15. Cục Du lịch Quốc gia Việt Nam. (2020). Sân bay Phù Cát đón chuyến bay quốc tế đầu tiên. Truy cập ngày 26/4/2026, từ <https://vietnamtourism.gov.vn/post/30912>
16. Đặng Thuỳ Dung & Nguyễn Hoàng Sơn. (2020). Định hướng liên kết phát triển sản phẩm du lịch các huyện miền núi khu vực Trị-Thiên. 10(2), 113-127.
17. Đào Cao Sơn (2023). Phát triển thương hiệu làng nghề thủ công mỹ nghệ truyền thống khu vực phía Bắc. Luận án Tiến sĩ. Trường Đại học Thương Mại.
18. Đinh Phi Hổ, Lê Ngọc Uyển & Lê Thị Thanh Tùng (2008). Kinh tế phát triển, lý thuyết và thực tiễn. NXB Thống kê, Thành phố Hồ Chí Minh.
19. Đinh Xuân Nghiêm, Chu Tiến Quang, Lưu Đức Khải, Nguyễn Hữu Thọ, Nguyễn Thị Huy, Nguyễn Thị Hiên, Trần Thị Thu Huyền & Lê Thị Xuân Quỳnh (2010). Một số chính sách chủ yếu phát triển bền vững làng nghề ở Việt Nam. Đề tài nghiên cứu Cấp Bộ. Viện Nghiên cứu Quản lý Kinh tế Trung Ương. Bộ Kế hoạch và Đầu tư.
20. Đỗ Thị Vân Hương (2023). Phát triển SPDL xanh – Giải pháp phát triển bền vững du lịch đảo Lý Sơn, tỉnh Quảng Ngãi. Tạp chí Khoa học và Công nghệ Đại học Thái Nguyên. Số 228(08). Trang 12 -19
21. Đoàn Mạnh Cường (2020). Khai thác giá trị văn hóa làng nghề truyền thống trong việc phát triển du lịch cộng đồng. Truy cập tại: <https://vietnamtourism.gov.vn/post/33040>, ngày 04/04/2024
22. Dương Hoàng Hương (2017). Phát triển du lịch bền vững ở tỉnh Phú Thọ. Luận án tiến sĩ. Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh.
23. Hồ Thị Thanh Thanh & Nguyễn Thị Như Hoa (2022). Đánh giá sự tham gia của người dân địa phương trong phát triển du lịch dựa vào cộng đồng tại Làng Nam Ô - Đà Nẵng. Tạp chí Khoa học Đại học Huế: Kinh tế và Phát triển. Tập 131, Số 5C, 2022, Tr. 217–245, DOI: 10.26459/hueunijed. v131i5C.6599.
24. Hoài Phương. (2024). Lý do du lịch Bình Định kỷ lục lượt khách và doanh thu. VnExpress. Truy cập tại: <https://vnexpress.net/ly-do-du-lich-binh-dinh-ky-luc-luot-khach-va-doanh-thu-4820841.html>, ngày 16/08/2025.
25. Hoàng Trọng & Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2005). Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS. NXB Thống kê, Thành phố Hồ Chí Minh.

26. Lê Thị Ngọc Lệ, Ngô Tuấn Vinh, & Huỳnh Trọng Phát (2023). Thực trạng và giải pháp phát triển làng nghề truyền thống ở thành phố Hội An, tỉnh Quảng Nam. *Tạp chí Khoa học - Đại học Quảng Nam*, 27, 47-62
27. Mỹ Bình (2023). Bình Định: Phát triển làng nghề gắn với phát triển du lịch. *Báo Xây dựng*. Bộ Xây Dựng. Truy cập tại: <https://baoxaydung.vn/binh-dinh-phat-trien-lang-nghe-gan-voi-phat-trien-du-lich-1926868365187.htm>, ngày 20/08/2025.
28. Ngô Thanh Loan & Lê Hữu Nghĩa (2021). Phát triển du lịch làng nghề phở sắn Quế Sơn, tỉnh Quảng Nam theo hướng tiếp cận chuỗi giá trị. *Tạp chí Phát triển Khoa học và Công nghệ, Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân văn – Đại học Quốc gia thành phố Hồ Chí Minh*, 5(4), 1214-1222. DOI: 10.32508/stdjssh.v5i4.655.
29. Nguyễn Anh Dũng (2023). Phát triển bền vững du lịch Ninh Bình trong điều kiện hiện nay. *Luận án tiến sĩ*. Trường Đại học Thương Mại.
30. Nguyễn Công Độ (2022). Phát triển du lịch trên địa bàn Vùng duyên hải nam trung bộ Việt nam theo hướng bền vững. *Luận án tiến sĩ*, Viện Nghiên cứu Quản lý Kinh tế Trung Ương.
31. Nguyễn Công Nam (2024). Phát triển sinh kế theo hướng bền vững trong lĩnh vực nông nghiệp ở ngoại thành Hà Nội. *Luận án Tiến sĩ*. Viện Chiến lược Phát triển. Bộ Kế hoạch và Đầu tư.
32. Nguyễn Đoàn Hạnh Dung, & Trương Thị Thu Hà (2019). Sự tham gia của cộng đồng địa phương trong phát triển du lịch tại làng Thanh Thủy Chánh, Huế. *Tạp chí khoa học Đại học Huế: Khoa học xã hội và nhân văn*, 128 (6D), 101-119. <https://doi.org/10.26459/hueuni-jssh.v128i6D.5467>
33. Nguyễn Khắc Hoàn & Lê Thị Kim Liên (2012). Nghiên cứu “Giải pháp khôi phục và phát triển các làng nghề thủ công truyền thống ở Thừa Thiên Huế”. *Tạp chí khoa học, Đại học Huế*, tập 72B, số 3, 149-154
34. Nguyễn Khắc Hoàn, Lê Thị Phương Thảo, Hoàng La Phương Hiền & Phan Minh Huân (2017). Cơ hội và thách thức đối với sự phát triển của các làng nghề truyền thống tỉnh Hà Tĩnh trong giai đoạn hiện nay. *Tạp chí Khoa học – Đại học Huế ISSN 2588–1205 Tập 126, Số 5A*, 161–171
35. Nguyễn Lan Hương (2020). Làng nghề truyền thống - nền tảng để xây dựng phát triển các tác phẩm mỹ thuật ứng dụng (MTUD). *Tạp chí Khoa học trường Đại học Mở Hà Nội*, 66(4), 15 - 24.

36. Nguyễn Minh Phương & Đồng Thị Hường (2020). Các giải pháp nhằm bảo tồn và phát triển làng nghề thủ công tại Quảng Nam. *Tạp chí Khoa học và Công nghệ, Đại học Đà Nẵng*. 18(02), 7- 14.
37. Nguyễn Minh Triết (2016). Phát triển du lịch làng nghề tỉnh Đồng Tháp. *Tạp chí Khoa học, Trường Đại học Đồng Tháp*, 20(6), 102-109.
38. Nguyễn Ngọc Anh (2014). Cấu trúc xã hội của cư dân làng nghề đồng bằng sông Hồng hiện nay. Luận án tiến sĩ. Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh. Hà Nội.
39. Nguyễn Như Bình (2017). Du lịch làng nghề ở đông nam bộ - Thực trạng và một số giải pháp phát triển. *Tạp chí khoa học, Trường Đại học Đồng Nai*, số 07, 62-76.
40. Nguyễn Phước Quý Quang (2013). Du lịch làng nghề ở Đồng bằng sông Cửu Long – Một lợi thế văn hóa để phát triển du lịch. *Tạp chí Phát triển & hội nhập*. Số 10 (20), 62-66.
41. Nguyễn Quang Vũ & Đoàn Thị Mỹ Hạnh (2024). The sustainable tourism development in craft villages: the research trends through the bibliometric analysis based on Scopus database. *VNUHCM Journal of Social Sciences and Humanities*, 8(4), 2791–2809
42. Nguyễn Quang Vũ & Trần Thị Tú Nhi (2021). Kinh nghiệm một số nước châu Á về phát triển du lịch làng nghề và gợi ý cho Việt Nam. *Tạp chí Khoa học và Công nghệ, Trường Đại học Duy Tân*, 3(46), 130-136.
43. Nguyễn Thị Bích Thủy (2015). Sự biến đổi văn hóa làng nghề truyền thống ở Hà Nội hiện nay. Luận án tiến sĩ. Học viện Chính trị Quốc gia Hồ Chí Minh. Hà Nội.
44. Nguyễn Thị Thuý Ngân (2024). Nghiên cứu sản phẩm du lịch văn hóa biển tỉnh Bình Thuận. Luận án Tiến sĩ. Trường Đại học Khoa học Xã hội và Nhân Văn, Đại học Quốc gia Hà Nội.
45. Nguyễn Trọng Hiếu (2015). Làng nghề truyền thống trong phát triển du lịch tỉnh Tây Ninh. *Tạp chí Khoa học, Trường Đại học Đồng Tháp*, 14, 43-52.
46. Nguyễn Văn Đính & Trần Thị Minh Hòa (2006). Giáo trình kinh tế du lịch. Nhà Xuất Bản Lao động – Xã hội. Hà Nội.
47. Nguyễn Xuân Hoàn (2021), Nghiên cứu phát triển cụm làng nghề ở Hà Nội. Luận án tiến sĩ. Học viện Nông nghiệp Việt Nam. Hà Nội.
48. Phạm Hồng Long, & Lê Thị Huyền Trang (2022). Phát triển du lịch làng nghề truyền thống: Cơ sở lý luận, thực tiễn và bài học kinh nghiệm. *Tạp chí Dân tộc học, Viện Hàn lâm Khoa học Xã hội Việt Nam*, 6, 53-62.

49. Phạm Thái Thủy & Lê Văn Huệ (2021). Liên kết phát triển du lịch nông thôn ở thành phố Việt Trì, tỉnh Phú Thọ. Tạp chí Khoa học và Công nghệ, Trường Đại học Hùng Vương. Tập 22, Số 1, 34-45.
50. Phạm Thị Bích Thủy & Bùi Thị Bích Lan (2024). Mô hình du lịch trải nghiệm làng nghề thủ công truyền thống tại xóm Dìa Trên. Tạp chí Nhân lực Khoa học Xã hội, Học viện Khoa học Xã hội, 01 (128), 103-112.
51. Phạm Xuân Hậu & Trịnh Văn Anh (2012). Giải pháp phát triển bền vững làng nghề truyền thống ở Việt Nam phục vụ du lịch. Tạp chí Khoa học, Trường Đại học sư phạm Thành phố Hồ Chí Minh. Số 35 -2012. 10-17.
52. Phan Kim Ngân (2022). Đánh giá khả năng phát triển du lịch tại các làng nghề ở thành phố Đà Nẵng. Tạp chí Khoa học và Công nghệ - Đại học Thái Nguyên, 227 (9), 91-99.
53. Phùng Văn Thành (2022). Phát triển làng nghề truyền thống đá mỹ nghệ non nước. Luận án tiến sĩ. Trường Đại học Kinh tế - Đại học Đà Nẵng. Đà Nẵng.
54. Quốc hội (2017). Luật du lịch 2017, số 09/2017/QH14 ban hành ngày 19 tháng 6 năm 2017. Nhà xuất bản Chính trị quốc gia.
55. Quốc hội (2025). Nghị quyết 202/2025/QH15 của Quốc hội về việc sắp xếp đơn vị hành chính cấp tỉnh. Ban hành ngày 12/06/2025.
56. Thái Doãn Hồng (2022). Nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến phát triển nguồn nhân lực của doanh nghiệp: trường hợp các doanh nghiệp du lịch trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh. Luận án tiến sĩ. Trường Đại học Trà Vinh.
57. Thanh Yến (2022). Những nhân tố ảnh hưởng đến sự phát triển của du lịch làng nghề truyền thống. Truy cập tại <https://langngheviet.com.vn/nhung-nhan-to-anh-huong-den-su-phat-trien-cua-du-lich-lang-nghe-truyen-thong-7313.html>, ngày 09/10/2025.
58. Trần Minh Yến (2003). Phát triển làng nghề truyền thống ở nông thôn Việt Nam trong quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa. Luận án tiến sĩ. Viện Kinh tế học – Trung tâm Khoa học xã hội và nhân văn Quốc gia. Hà Nội.
59. Trần Quốc Vượng (1996). Nghề thủ Công truyền thống Việt Nam và các vị tổ nghề. NXB Văn Hóa Dân tộc.
60. Trần Văn Cửa, & Hoàng Thị Việt Hà. (2025). Thực trạng và giải pháp phát triển du lịch nông thôn tỉnh Đồng Tháp theo hướng bền vững. Tạp chí Nghiên cứu Địa lý nhân văn, Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam, 4(49), 50-62.
61. Trần Xuân Quang (2020). Liên kết phát triển du lịch Vùng Bắc Trung Bộ. Luận án Tiến sĩ, Học Viện Khoa Học Xã Hội. Viện Hàn lâm Khoa học Xã hội Việt Nam.

62. Trương Trí Thông & Lý Mỹ Tiên (2018). Tiềm năng, thực trạng và giải pháp phát triển du lịch tại làng nghề dệt thổ cẩm của đồng bào Khmer ở xã Văn Giáo, huyện Tịnh Biên, tỉnh An Giang. *Tạp chí Khoa học, Trường Đại học Cần Thơ*, Tập 54, Số 4C, 137-147.
63. Trương Trí Thông (2021). Các nhân tố ảnh hưởng đến sự phát triển làng nghề phục vụ du lịch ở thành phố Phú Quốc, tỉnh Kiên Giang. *Tạp chí Khoa học, Trường ĐHSPTPHCM*, 18(7), 1265-1276.
64. UBND tỉnh Bình Định (2019). Quyết định số 3027/QĐ-UBND của Ủy ban Nhân dân tỉnh Bình Định về việc phê duyệt đề án thí điểm phát triển du lịch tại các làng nghề truyền thống trên địa bàn tỉnh Bình Định đến năm 2025. Ban hành ngày 27/08/2019.
65. Ủy ban nhân dân tỉnh Bình Định. (2023). Kế hoạch số 72/KH-UBND về thực hiện tổng thể phát triển kinh tế – xã hội vùng đồng bào dân tộc thiểu số và miền núi tỉnh Bình Định giai đoạn 2023–2025. Ban hành ngày 12/4/2023.
66. Vũ Thị Hải Anh, & Lâm Phạm Thị Hải Hà. (2023). Nghiên cứu giải pháp phát triển du lịch làng nghề truyền thống trên địa bàn thành phố Hà Nội. *Tạp chí điện tử Khoa học và Công nghệ Giao thông*, 3(4), 8–15.
67. Vũ Thị Hường (2021). Ứng dụng ma trận SWOT trong phát triển du lịch làng nghề truyền thống trên địa bàn tỉnh Hải Dương. *Tạp chí Nghiên cứu khoa học, Trường Đại học Sao Đỏ*, Số 1 (72), 75-82.
68. Vũ Văn Đông (2014), “Phát triển du lịch bền vững Bà Rịa – Vũng Tàu”. Luận án Tiến sĩ, Trường Đại học Bách Khoa Hà Nội.
69. Vũ Văn Viện (2021). Xây dựng mô hình làng nghề truyền thống gắn với phát triển du lịch Quảng Ninh thử nghiệm tại làng nghề sản xuất ngư cụ truyền thống Hưng Học. Trường Đại học Hạ Long, Quảng Ninh. Truy cập tại https://qui.edu.vn/uploads/news/2020_05/4tham-luan-dhhl.pdf , ngày 22/10/2025.

II. Tiếng Anh

70. Abdou, A. H. (2020). The Role of Traditional Crafts Centers in Maintaining Heritage and its Impact on Promoting Tourism (Case Study: Fostat Traditional Crafts Center – Cairo, Egypt). *International journal of eco-cultural tourism, hospitality planning and development*, 3(2), 47 -68.
71. Ahmad, A. (2005). *Tourism Village: A Conceptual Approach*. Asia-Europe Seminar on Cultural Heritage, Man and Tourism in Hanoi– Vietnam. May 2001.
72. Arismayanti, N.K., Sendra, I.M., Suwena, I.K., Budiarsa, M., Bakta, I.M., & Pitana,

- I.G. (2019). Tourism Villages' Development in Bali, Mass or Alternative Tourism? *Journal of tourism and hospitality management*, 117-139. <https://doi.org/10.15640/jthm.v7n2a11>.
73. Baker, D. A., & Crompton, J. L. (2000). Quality, satisfaction and behavioral intentions. *Annals of Tourism Research*, 27(3), 785-804. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(99\)00108-5](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(99)00108-5).
 74. Bramwell, B., & Lane, B. (2011). Critical research on the governance of tourism and sustainability. *Journal of Sustainable Tourism*, 19(4-5), 411-421. <https://doi.org/10.1080/09669582.2011.580586>.
 75. Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101. <https://doi.org/10.1191/1478088706qp063oa>.
 76. Buchari, R. A., Abdillah, A., Widianingsih, I., & Nurasa, H. (2024). Creativity development of tourism villages in Bandung Regency, Indonesia: Co-creating sustainability and urban resilience. *Scientific Reports*, 14(1), 1381. <https://doi.org/10.1038/s41598-023-49094-1>.
 77. Burns, P., & Holden, A. (1995) *Tourism: A New Perspective*. Hemel Hempstead: Prentice Hall International
 78. Carter, N., Bryant-Lukosius, D., Dicenso, A., Blythe, J., & Neville, A. J. (2014, September 1). The use of triangulation in qualitative research. *Oncology Nursing Forum*. Oncology Nursing Society. <https://doi.org/10.1188/14.ONF.545-547>.
 79. Chen, C.-F., & Chen, F.-S. (2010). Experience quality, perceived value, satisfaction and behavioral intentions for heritage tourists. *Tourism Management*, 31(1), 29-35. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.02.008>.
 80. Chen, P., Zhao, Y., Zuo, D., & Kong, X. (2021). Tourism, Water Pollution, and Waterway Landscape Changes in a Traditional Village in the Huizhou Region, China. *Land*, 10(8), 795. <https://doi.org/10.3390/land10080795>.
 81. Chhabra, D., Healy, R., & Sills, E. (2003). Staged authenticity and heritage tourism. *Annals of Tourism Research*, 30(3), 702-719. [https://doi.org/10.1016/S0160-7383\(03\)00044-6](https://doi.org/10.1016/S0160-7383(03)00044-6).
 82. Choi, H.-S. C., & Sirakaya, E. (2005). Measuring residents' attitude toward sustainable tourism: Development of Sustainable Tourism Attitude Scale (SUS-TAS). *Journal of Travel Research*, 43(4), 380–394. <https://doi.org/10.1177/0047287505274651>.

83. Cohen, J. (1988). *Statistical power analysis for the behavioral sciences* (2nd ed.). Lawrence Erlbaum Associates. <https://doi.org/10.4324/9780203771587>.
84. Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
85. Dhar, B.K., Chawla, U. & Mulchandani, D. (2025). Sustainable Craft Culture: Socio-Cultural Drivers and Economic Impact on Sustainable Development. *Sustainable Development*, 33(2), 3023–3042.
86. Dwyer, L., & Kim, C. (2003). Destination competitiveness: Determinants and indicators. *Current Issues in Tourism*, 6(5), 369-414. <https://doi.org/10.1080/13683500308667962>.
87. Echtner, C. M., & Ritchie, J. R. B. (1993). The Measurement of Destination Image: An Empirical Assessment. *Journal of Travel Research*, 31(4), 3–13. DOI: 10.1177/004728759303100402
88. Erul, E., Uslu, A., Cinar, K., & Woosnam, K. M. (2023). Using a value-attitude-behaviour model to test residents' pro-tourism behaviour and involvement in tourism amidst the COVID-19 pandemic. *Current Issues in Tourism*, 26(19), 3111-3124. <https://doi.org/10.1080/13683500.2022.2153013>.
89. Fereday, J., & Muir-Cochrane, E. (2006). Demonstrating rigor using thematic analysis: A hybrid approach of inductive and deductive coding and theme development. *International Journal of Qualitative Methods*, 5(1), 80-92. <https://doi.org/10.1177/160940690600500107>.
90. Fernández Bellver, D., Prados-Peña, M. B., García-López, A. M., & Molina-Moreno, V. (2023). Crafts as a key factor in local development: Bibliometric analysis. *Heliyon*, 9(1), e13039. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2023.e13039>.
91. Field, A. (2009). *Discovering statistics using SPSS* (3rd ed.). Sage Publications.
92. Gao, J., & Wu, B. (2017). Revitalizing traditional villages through rural tourism: A case study of Yuanjia Village, Shaanxi Province, China. *Tourism Management*, 63, 223-233. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2017.04.003>
93. George, R. (2010). Visitor perceptions of crime-safety and attitudes towards risk: The case of Table Mountain National Park, Cape Town. *Tourism Management*, 31(6), 806–815. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2009.08.011>.
94. Ginting, N., Revita, I., Santoso, E. B., & Michaela, M. (2024). Sustainable governance in traditional village tourism: A study of post revitalisation project in

- Huta Siallagan, Indonesia. *Journal of Urban and Regional Analysis*, 16(1), 149–176. <https://doi.org/10.37043/JURA.2024.16.1.6>.
95. Gustami, S. P., Wardani, L. K., & Setiawan, A. H. (2014). Craft Arts and Tourism in Ceramic Art Village of Kasongan in Yogyakarta. *Journal of Arts and Humanities*, 3(2), 37-49.
 96. Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (8th ed.). Cengage.
 97. Hall, C. M. (2019). Constructing sustainable tourism development: The 2030 Agenda and the managerial ecology of sustainable tourism. *Journal of Sustainable Tourism*, 27(7), 1044-1060. <https://doi.org/10.1080/09669582.2018.1560456>.
 98. Harsanto, B. T., & Wahyuningrat, W. (2025). Managing human resource in the rural tourism sector: evidence from Indonesia. *Cogent Business & Management*, 12(1), 2493312. <https://doi.org/10.1080/23311975.2025.2493312>.
 99. Hashimoto, A., & Telfer, D. J. (2010). Developing sustainable partnerships in rural tourism: The case of Oita, Japan. *Journal of Policy Research in Tourism, Leisure and Events*, 2(2), 165–183. <https://doi.org/10.1080/19407963.2010.482276>.
 100. Hiroyuki, Y. (2012) The Value of Craft Products Development for Pro-Poor Tourism Growth in Bhaktapur, Nepal. *Journal of Ritsumeikan Social Sciences and Humanities*, 4, 27-52.
 101. Hongyu (2025). 'Best Tourism Villages' offer glimpse into China's rural development. Access at <https://en.people.cn/n3/2025/1029/c90000-20383535.html>. Accessed on date 24 Dec, 2025.
 102. Hui, H., & Xia, D. Y. (2022). Research on the Current Situation of Traditional Village Protection and Tourism Development in China. *American Journal of Industrial and Business Management*, 12, 1162-1173. <https://doi.org/10.4236/ajibm.2022.126062>
 103. Huong, Nguyen & Hoa, Ho & Do Thi, Nang & Loan, Nguyen & Linh, Nguyen & Hien, Tran. (2019). Developing Craft Village Tourism in the Context of International Economic: A Case Study of Vine Phuc Province, Vietnam. *International Journal of Human Resource Studies*. 10. 128. 10.5296/ijhrs. v10i1.16045.
 104. Kaiser, H. F. (1974). An index of factorial simplicity. *Psychometrika*, 39(1), 31–36. <https://doi.org/10.1007/BF02291575>.
 105. Kartika, M., Sumada, M., Suwandana M. A., & Utama, G. B. R. (2020). Creative

- Tourism Village Development Model as a Central of Bamboo Crafts. *Test Engineering and Management*, 83, 10562 - 10568.
106. Kurokawa, K. (2011). A provincial comparative study on One Village One Product (OVOP) movement in Northeast Thailand: Implications for Japanese OVOP cooperation toward Africa. *Studies in Regional Science*, 41(3), 585–597. <https://doi.org/10.2457/srs.41.585>.
 107. Lane, B., & Kastenholz, E. (2015). Rural tourism: The evolution of practice and research approaches - towards a new generation concept? *Journal of Sustainable Tourism*, 23(8-9), 1133-1156. <https://doi.org/10.1080/09669582.2015.1083997>.
 108. Leiper, M. (1979) The Framework of Tourism: Towards a Definition of Tourism, Tourist and the Tourist Industry. *Annual of Tourism Research*, 6, 390-407. [https://doi.org/10.1016/0160-7383\(79\)90003-3](https://doi.org/10.1016/0160-7383(79)90003-3).
 109. Lo, Y.-C., & Janta, P. (2020). Resident's Perspective on Developing Community-Based Tourism - A Qualitative Study of Muen Ngoen Kong Community, Chiang Mai, Thailand. *Frontiers in Psychology*, 11:1493. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.01493>.
 110. Luong P. T (2006). Craft Village-based Tourism: Current Situation and Development Orientation in Vietnam. APEC/SME Seminar on ‘Support for Local and Cottage Industries’ in Hanoi September.
 111. Macintosh and Goeldner (2010). Definition of Tourism (UNWTO Definition of Tourism)/What Is Tourism? Accessed at <https://www.tugberkugurlu.com/archive/definition-of-tourism-unwto-definition-of-tourism-what-is-tourism>. Accessed date 30 /03/2025.
 112. Martin Merino, M. (2021). Tourism and economic development: concept, evolution and validity. Cambridge Open Engage. 1-24. doi:10.33774/coe-2021-st1vm.
 113. Mill R.C. & Morrison A.M. (1985). *The Tourism System: An Introductory Text*: Englewood Cliffs, N.J. Prentice-Hall International.
 114. Mitchell, J. (2012). Value chain approaches to assessing the impact of tourism on low - income households in developing countries. *Journal of Sustainable tourism*, 20(3), 457-475. Doi: <https://doi.org/10.1080/09669582.2012.663378>.
 115. Mukai, K., & Fujikura, R. (2015). One village one product: Evaluations and lessons learnt from OVOP aid projects. *Development in Practice*, 25(3), 389-400. <https://doi.org/10.1080/09614524.2015.1020763>.
 116. Natsuda, K., Igusa, K., Wiboonpongse, A., & Thoburn, J. (2012). One village one

- product: Rural development strategy in Asia – The case of OTOP in Thailand. *Canadian Journal of Development Studies*, 33(3), 369-385. <https://doi.org/10.1080/02255189.2012.715082>.
117. Ngo, L.-M., & Trinh Duy Anh. (2021). A new development model for traditional craft villages in urban fringes: A case study in Ho Chi Minh City, Vietnam. *Journal of Regional and City Planning*, 32(2), 99–109. <https://doi.org/10.5614/jpwk.2021.32.2.1>.
 118. Nguyen, H. T., & Nguyen, T. H. (2021). Tourism Planning of Rattan and Bamboo Villages in the Red River Delta, Applied to Thu Sy Craft Village, Hung Yen Province. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 1-12.
 119. Noble, V. (2019). Mobilities of the One-Product policy from Japan to Thailand: A critical policy study of OVOP and OTOP. *Territory, Politics, Governance*, 7(4), 455-473. <https://doi.org/10.1080/21622671.2018.1511463>.
 120. Okonkwo, E. E., & Oguamanam, C. C. (2013). Traditional Crafts and Tourism Development and Promotion in Etim Ekpo Local Government of Akwa Ibom State, Nigeria. *Research on Humanities and Social Sciences*, 3(6), 139 – 148.
 121. Oliver, R. L. (1980). A cognitive model of the antecedents and consequences of satisfaction decisions. *Journal of marketing research*, 17(4), 460-469.
 122. Ononuju, V.I. 2015. The role of arts and crafts towards tourism development in Nigeria. A case study of Imo and Plateau States. Books of proceedings: the 6th Academic Conference of Hummingbirds Publications and Research International, 6(2). On paving way for Africa unique opportunities for sustainable development in the 21st century, held at University of Ibadan, Ibadan, Oyo State, Nigeria.
 123. Parasuraman, A., Zeithaml, V.A. & Berry, L.L, (1988). SERVQUAL: A multiple - item scale for measuring consumer perception of service quality. *Journal of Retailing*, 64 (1), 12 - 37.
 124. Paul, B., & Sarkar, S. (2020). Interaction between Road Network Connectivity Pattern and Development in Darjeeling District of West Bengal, *Indian Journal of Landscape Systems and Ecological Studies*, 43(1), 45-56.
 125. Pizam, A., Neumann, Y., & Reichel, A. (1978). Dimensions of tourist satisfaction with a destination area. *Annals of tourism Research*, 5(3), 314-322.
 126. Prados-Peña, M. B., Gálvez-Sánchez, F. J., García-López, A., & Molina-Moreno, V. (2022). Sustainable crafts: Describing conceptual evolution through a bibliometric

- analysis and systematic literature review. *Frontiers in Environmental Science*, 10, 949681. <https://doi.org/10.3389/fenvs.2022.949681>.
127. Robina-Ramírez, R., Ravina-Ripoll, R., & Castellano-Álvarez, F. J. (2023). The trinomial health, safety and happiness promote rural tourism. *BMC Public Health*, 23, 1179. <https://doi.org/10.1186/s12889-023-15849-8>.
 128. Sang, S. (2024). Digital-induced nostalgia: Homeland tourists' nostalgic experiences in traditional-village digital museums. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 61, 57-65. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2024.09.011>.
 129. Sigala, M. (2020). Tourism and COVID-19: Impacts and implications for advancing and resetting industry and research. *Journal of Business Research*, 117, 312-321. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.06.015>.
 130. Slovin, E. (1960). Slovin's Formula for Sampling Technique. <https://prudencexd.weebly.com>.
 131. Song, H., Liu, J., & Chen, G. (2012). Tourism Value Chain Governance. *Journal of Travel Research*, 52(1), 15-28. doi:10.1177/0047287512457264.
 132. Ta Thi Thanh Thuy, Pham Thi Tam, Cao Van Quang, Nguyen Phuong Thao (2018). Tourism development of trade villages in Hai Duong province in the international integration context. *International Conference Proceedings New Tourism: Local to Global Initiatives*. 295-303.
 133. Thang Nguyen Phu & Hien Nguyen Thi Thu (2022). Assessment of tourism service quality for traditional craft villages in Da Nang city, Vietnam, *Cogent Social Sciences*, 8:1, 2108636, DOI: 10.1080/23311886.2022.2108636.
 134. Thi Thanh, V., Thi Dan Dung, L., Han, J.Y.-C., & Archer, D. (2022). Viet Nam's Craft Villages and Occupational Air Pollution: Socioeconomic Disparities and Gendered Exposures. *SEI Policy Brief*. Stockholm Environment Institute. <https://doi.org/10.51414/sei2022.034>.
 135. Tosun C (1999). Towards a Typology of Community Participation in the Tourism Development Process, *Anatolia*, 10(2), 113–134.
 136. Tran Thi Hien (2023). Experience developing craft village tourism in some locals in asia and lessons for Hanoi. *International economics and finance*, 5(24), 137-141.
 137. Tran Thi Ngoc Lan; Nguyen Hoang Tien, Dang Van Tho, & Nguyen Nhat Khanh Uyen. (2022). Community Based Tourism Sustainable Development in Kon Tum Province of Vietnam. *Neuro Quantology*, 20(6), 9314-9330. DOI: <https://doi.org/10.14704/nq.2022.20.6.NQ22913>.

138. UNWTO (2008). Glossary of tourism terms. <https://www.unwto.org/glossary/tourism-terms>.
139. UNWTO (2022). Tourism Highlights 2019 edition, UNWTO publications department.
140. Vu Minh Hieu, & Ida Rašovská (2017). Craft villages and tourism development, a case study in Phu Quoc island of Vietnam. *Management*, 21(1), 223-236. DOI: <https://doi.org/10.1515/manment-2015-0090>.
141. Wondirad, A., Bogale, D., & Li, Y. (2022). Practices and challenges of developing handicrafts as a core tourism product in Chenchu and Konso, southern Ethiopia. *International Journal of Cultural Policy*, 28(3), 306-326. <https://doi.org/10.1080/10286632.2021.1938560>.
142. World Tourism Organization (2019), UNWTO Tourism Definitions, UNWTO, Madrid, DOI: <https://doi.org/10.18111/9789284420858>.
143. WTTC (2019). Travel & tourism: Global economic impact 2019. Accessed at <https://ambassade-ethiopie.fr/onewebmedia/Tourism-WTTC-Global-Economic-Impact-Trends-2019.pdf>. Accessed date 12/10/2025.
144. Yodsurang, P., Kiatthanawat, A., Sanoamuang, P., Kraseain, A., & Pinijvarasin, W. (2022). Community-Based Tourism and Heritage Consumption in Thailand: An Upside-Down Classification Based on Heritage Consumption. *Cogent Social Sciences*, 8(1), Article 2096531. <https://doi.org/10.1080/23311886.2022.2096531>.
145. Yoon, Y., & Uysal, M. (2005). An examination of the effects of motivation and satisfaction on destination loyalty: a structural model. *Tourism management*, 26(1), 45-56. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2003.08.016>.
146. Zeithaml, V. A. (1988). Consumer perceptions of price, quality, and value: A means-end model and synthesis of evidence. *Journal of Marketing*, 52(3), 2-22. <https://doi.org/10.1177/002224298805200302>.
147. Zhu, L. F., Zhang, Y. X., & Wang, H. L. (2023). An Analysis of Rural Tourism Consumption Preference Based on Folk Handicraft from the Perspective of Rural Revitalization. *Open Journal of Business and Management*, 11, 210- 224. <https://doi.org/10.4236/ojbm.2023.111012>.

PHỤ LỤC
PHỤ LỤC A. BẢNG KHẢO SÁT
PHIẾU THAM VẤN Ý KIẾN CHUYÊN GIA

Mã phiếu:

Tôi là Đặng Thành Thức hiện đang là nghiên cứu sinh tại Học Viện Nông nghiệp Việt Nam, Hà Nội. Tôi đang tiến hành nghiên cứu đề tài luận án "**Phát triển du lịch làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai**". Xin trân trọng kính nhờ Ông/Bà giúp đỡ cung cấp thông tin để NCS có thể thực hiện luận án đúng tiến độ. Thông tin của ông bà rất quan trọng đối với NCS và chỉ được sử dụng cho nghiên cứu và đề xuất hỗ trợ phát triển du lịch làng nghề tại địa phương.

Xin chân thành cảm ơn!

Mọi thông tin liên lạc, xin quý Ông/ Bà vui lòng liên hệ: Đặng Thành Thức

Điện thoại:

Email:

Rất mong nhận được sự giúp đỡ của Quý Ông/Bà! Xin chân thành cảm ơn

I. THÔNG TIN CÁ NHÂN

Xin quý Ông/Bà cho biết một số thông tin về cá nhân:

1. Họ và tên (có thể không ghi vì lý do bảo mật):

2. Giới tính:

Nam ☐ Nữ ☐

3. Học hàm, học vị cao nhất

Cử nhân/ Kỹ sư ☐

Phó Giáo sư, Tiến sĩ ☐

Thạc sĩ ☐

Giáo sư, Tiến sĩ ☐

Tiến sĩ ☐

Khác:

4. Đơn vị công tác hiện nay:

5. Số năm công tác

Dưới 5 năm ☐

Từ 11 năm đến 20 năm ☐

Từ 5 năm đến 10 năm ☐

Trên 20 năm ☐

6. Số điện thoại liên hệ:

II. THÔNG TIN KHẢO SÁT

1. Về khía cạnh đánh giá phát triển du lịch làng nghề và mức độ quan trọng:

- Ông/bà có đồng ý về đánh giá phát triển du lịch làng nghề cần đánh giá theo các khía cạnh kinh tế - xã hội - văn hóa - môi trường
- Ông/bà hãy sắp xếp mức độ quan trọng của các nội dung đánh giá trên theo thứ tự mức độ quan trọng từ 1 đến 3 (1 là quan trọng nhất đến 3 là ít quan trọng)

STT	Chỉ tiêu đánh giá	Mức độ quan trọng	Đồng ý/ Không đồng ý
Khía cạnh văn hóa – xã hội			
1	Góp phần bảo tồn và phát huy các giá trị làng nghề, văn hóa, phong tục, tập quán của địa phương		
2	Cư dân làng nghề tham gia tích cực vào hoạt động du lịch tại địa phương		
3	Tạo thuận lợi cho giao lưu văn hóa đối với cư dân làng nghề tại địa phương với du khách		
4	Hoạt động du lịch tôn trọng và không làm suy giảm giá trị văn hóa truyền thống làng nghề		
5	Hoạt động du lịch góp phần giảm/không làm phát sinh các vấn đề xã hội tại làng nghề		
6	Mức độ an toàn khi đi du lịch tại các làng nghề		
Khía cạnh kinh tế			
1	Góp phần thúc đẩy quảng bá làng nghề của địa phương		
2	Góp phần làm tăng thu nhập cho cộng đồng làng nghề tại địa phương		
3	Góp phần cải thiện và tạo thêm cơ hội việc làm cho cộng đồng địa phương tại làng nghề		
4	Làm tăng lượng tiêu thụ về các sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ của làng nghề địa phương		

Khía cạnh môi trường			
1	Bảo tồn và khai thác có hiệu quả các nguồn tài nguyên làng nghề		
2	Góp phần nâng cao ý thức bảo vệ môi trường làng nghề		
3	Bảo tồn sự đa dạng sinh học, hệ sinh thái và cảnh quan xung quanh làng nghề		
4	Làm gia tăng ô nhiễm môi trường tại làng nghề		
5	Tạo ra lượng lớn chất thải cần xử lý tại các làng nghề		

2. Về khía cạnh tiêu chí đo lường các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch làng nghề

Ông/ Bà vui lòng cho biết mức độ đồng ý của mình về các tiêu chí dưới đây, bằng cách đánh dấu (X) vào phương án trả lời của mình với quy ước như sau: **(1) Rất không hài lòng; (2) Không hài lòng; (3) Bình thường; (4) Hài lòng; (5) Rất hài lòng.**

STT	Ký hiệu	Nội dung	Mức độ đồng ý				
Sản phẩm du lịch làng nghề (SPDLLN)							
1	SPDLLN1	Sản phẩm du lịch làng nghề mang tính độc đáo	1	2	3	4	5
2	SPDLLN2	Sản phẩm làng nghề có đặc trưng rõ nét của địa phương	1	2	3	4	5
3	SPDLLN3	Du khách có thể trải nghiệm làm sản phẩm làng nghề	1	2	3	4	5
4	SPDLLN4	Có hoạt động lễ hội/trình diễn văn hóa gắn với làng nghề	1	2	3	4	5
5	SPDLLN5	Dịch vụ mua sắm tại làng nghề được tổ chức tốt	1	2	3	4	5
Cơ sở hạ tầng (CSHT)							
1	CSHT1	Hệ thống phương tiện giao thông thuận tiện đến làng nghề	1	2	3	4	5
2	CSHT2	Dịch vụ lưu trú ở các điểm làng nghề đa dạng đáp ứng nhu cầu du khách	1	2	3	4	5

3	CSHT3	Nhà hàng và các dịch vụ bổ sung ở các điểm làng nghề đa dạng đáp ứng nhu cầu du khách	1	2	3	4	5
4	CSHT4	Tại làng nghề đã có bảo tàng và khu lưu niệm hấp dẫn du khách	1	2	3	4	5
5	CSHT5	Chất lượng mặt đường đến điểm tham quan làng nghề tốt	1	2	3	4	5
6	CSHT6	Mức độ đầy đủ của bảng chỉ dẫn vào điểm tham quan làng nghề	1	2	3	4	5
Nguồn nhân lực tại làng tại làng nghề							
1	NNL1	Sự hiểu biết về các làng nghề của hướng dẫn viên du lịch tại làng nghề	1	2	3	4	5
2	NNL2	Thái độ, kỹ năng phục vụ của nhân viên tại làng nghề	1	2	3	4	5
3	NNL3	Kiến thức và kỹ năng du lịch của cộng đồng dân cư	1	2	3	4	5
4	NNL4	Sự thân thiện của cộng đồng dân cư tại làng nghề	1	2	3	4	5
5	NNL5	Sự sẵn sàng giúp đỡ của cộng đồng dân cư tại làng nghề	1	2	3	4	5
An toàn và an ninh							
1	ATAN1	Tình trạng trộm cắp, lôi kéo khách	1	2	3	4	5
2	ATAN2	An toàn thực phẩm tại các điểm ăn uống	1	2	3	4	5
3	ATAN3	Tình trạng thách giá du khách	1	2	3	4	5
4	ATAN4	Không tận dụng lao động là trẻ em Tại các làng nghề	1	2	3	4	5
Vệ sinh môi trường							
1	VSMT1	Mức độ sạch sẽ của cơ sở sản xuất làng nghề	1	2	3	4	5
2	VSMT2	Mức độ sạch sẽ của nhà vệ sinh công cộng	1	2	3	4	5
3	VSMT3	Việc giữ gìn vệ sinh ở bãi đỗ xe điểm tham quan làng nghề	1	2	3	4	5
4	VSMT4	Việc bố trí đầy đủ thùng đựng rác ở điểm tham quan)	1	2	3	4	5
Sự tham gia của cộng đồng địa phương trong phát triển du lịch làng nghề							

1	CDDP1	Cộng đồng địa phương tích cực tham gia cung cấp dịch vụ du lịch sẵn có của địa phương	1	2	3	4	5
2	CDDP2	Cộng đồng địa phương luôn thể hiện sự hiếu khách trong giao tiếp với du khách	1	2	3	4	5
3	CDDP3	Cộng đồng địa phương luôn có những hoạt động để bảo vệ môi trường và bảo tồn giá trị văn hóa làng nghề	1	2	3	4	5
4	CDDP4	Cộng đồng địa phương chủ động tham gia vào hoạt động phát triển và kinh doanh du lịch làng nghề	1	2	3	4	5
Thể chế, chính sách phát triển du lịch làng nghề							
1	TCCS1	Quan điểm và chính sách đầu tư phát triển du lịch làng nghề được phổ biến rộng rãi	1	2	3	4	5
2	TCCS2	Môi trường đầu tư và kinh doanh du lịch làng nghề rõ ràng, minh bạch	1	2	3	4	5
3	TCCS3	Chính sách huy động và phân bổ các nguồn lực cho phát triển du lịch làng nghề được phổ biến công khai	1	2	3	4	5
4	TCCS4	Định hướng chiến lược phát triển du lịch làng nghề và xây dựng các tour, tuyến du lịch làng nghề rõ ràng	1	2	3	4	5
Phát triển du lịch làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai							
1	PTDL1	Phát triển du lịch làng nghề làm tăng sức hút cho du lịch tỉnh Gia Lai	1	2	3	4	5
2	PTLD2	Phát triển du lịch làng nghề là cần thiết để nâng cao năng lực cạnh tranh cho du lịch phía Đông tỉnh Gia Lai	1	2	3	4	5
3	PTDL3	Phát triển du lịch làng nghề tạo nên nét đặc trưng cho phía Đông tỉnh Gia Lai	1	2	3	4	5
Sự hài lòng của du khách							
1	SHL1	Công tác tổ chức các hoạt động du lịch làng nghề	1	2	3	4	5
2	SHL2	Ấn tượng về làng nghề du lịch của địa phương	1	2	3	4	5

3	SHL3	Các trải nghiệm tại làng nghề đem đến sự thú vị và hài lòng	1	2	3	4	5
4	SHL4	Hình ảnh về làng nghề du lịch, về vùng và các dịch vụ du lịch tại làng nghề được giới thiệu đến người thân, đồng nghiệp, bạn bè	1	2	3	4	5
5	SHL5	Dự định quay trở lại tham quan làng nghề của du khách	1	2	3	4	5

XIN CẢM ƠN ÔNG BÀ!

Huyện:

Xã:

Làng nghề:

BẢNG HỎI SỐ 1: ĐIỀU TRA XÃ CÓ LÀNG NGHỀ

Xin chào ông/bà!

Tôi là Đặng Thành Thức hiện đang là nghiên cứu sinh tại Học Viện Nông nghiệp Việt Nam, Hà Nội. Tôi đang tiến hành nghiên cứu đề tài luận án "**Phát triển du lịch làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai**". Xin trân trọng kính nhờ Ông/Bà giúp đỡ cung cấp thông tin để NCS có thể thực hiện luận án đúng tiến độ. Thông tin của ông bà rất quan trọng đối với NCS và chỉ được sử dụng cho nghiên cứu và đề xuất hỗ trợ phát triển du lịch làng nghề tại địa phương.

Xin chân thành cảm ơn!

Ngày điều tra:

Người cung cấp thông tin:

Điện thoại:

Chức vụ:

I.THÔNG TIN CHUNG CỦA HUYỆN/ XÃ

1. Diện tích đất tự nhiên:ha.

2. Đất nông nghiệp:ha.....

Trong đó: Trồng cây lâu năm.....ha

Trồng cây hàng năm.....ha

Ao hồ đầm.....ha

Đất khác.....ha

3.Số hộ:

Trong đó: Hộ chủ yếu nông nghiệp.....;

Hộ kiêm ngành, dịch vụ.....;

Hộ chuyên ngành nghề.....

4. Số khẩu:

5. Số lao động.....; Trong đó chủ yếu làm nghề
6. Cơ cấu kinh tế: NN%; TTCN.....%; TMDV.....%;
7. Thu nhập bình quân đầu người: triệu đồng/tháng
8. Tỷ lệ hộ nghèo:%
9. Xã đạt chuẩn NTM chưa?
- Rồi (sang câu 9) Chưa (sang câu 8.1)
- 9.1. Nếu chưa thì thiếu tiêu chí nào?
10. Xã đạt chuẩn NTM nâng cao chưa?
- Đã đạt chuẩn.....Chưa (sang câu 10.1)
- 10.1. Nếu chưa thì thiếu tiêu chí nào?
-
11. Xã đạt chuẩn NTM nâng cao chưa?
- Đã đạt chuẩn..... Chưa (sang câu 11.1)
- 11.1. Nếu chưa thì thiếu tiêu chí nào sau đây
1. Quản lý khu dân cư
 2. Hạ tầng cơ sở
 3. Văn hóa, gắn kết cộng đồng
 4. Môi trường, cảnh quan

II. THÔNG TIN VỀ LÀNG NGHỀ

1. Làng nghề đã có từ lúc nào?
2. Số thôn trong xã?..... Số thôn có làng nghề
3. Có tổ nghề hay không?
- Có Không
4. Số nghệ nhân làng nghề?
5. Danh hiệu làng nghề đạt được:
6. Các loại đơn vị sản xuất làng nghề
- Tổng số hộ làm nghề:
- So 3 năm trước: Tăng/Giảm; Khoảng%
- Tổng số HTX làm nghề:
- So 3 năm trước: Tăng /Giảm; Khoảng%
- Tổng số doanh nghiệp hộ làm nghề:
- So 3 năm trước: Tăng /Giảm; Khoảng%

-Tổng số hội, câu lạc bộ làng nghề:

So 3 năm trước: Tăng / Giảm; Khoảng %

7. Tiêu thụ sản phẩm làng nghề

Xuất khẩu khoảng bao nhiêu %?

Bán trong nước khoảng bao nhiêu %?

Bán tại chỗ cho khách du lịch khoảng bao nhiêu %?

8. Mặt bằng sản xuất làng nghề?

Chủ yếu trong khuôn viên gia đình

Chủ yếu trong khu tập trung

9. Sản phẩm làng nghề đã đạt OCOPs chưa?

Đã đạt

Chưa đạt

9.1. Nếu đạt rồi thì được mấy sản phẩm:, cao nhất là mấy sao

10. Trong khoảng 3 năm gần đây xã đã được hưởng những hỗ trợ gì về làng nghề?

.....
.....

11. Nhu cầu hỗ trợ phát triển làng nghề của xã?

.....
.....

III. DU LỊCH LÀNG NGHỀ

1. Hàng năm lượng khách tham quan du lịch đến địa phương khoảng bao nhiêu?

Số đoàn?

Số người?

2. Số khách đến từ đâu trong các địa điểm sau?

Trong tỉnh, khoảng %

Các tỉnh khác, khoảng %

Nước ngoài, khoảng %

3. Số khách nhiều nhất thuộc lứa tuổi nào sau đây?

Người lớn tuổi, khoảng% Thanh thiếu niên, học sinh, khoảng %

4. Số khách nhiều nhất thuộc mục đích nào sau đây?

Chỉ đi Du lịch ☐

Công tác, học tập kết hợp du lịch ☐

5. Thời khách ở lại trong làng nghề lâu nhất khoảng bao nhiêu thời gian?

5. Trong xã có các loại nào sau đây?

☐ Nhà hàng:

☐ Nơi trưng bày sản phẩm

☐ Nhà nghỉ

làng nghề

☐ Chợ

5.1. Nếu có thì kể một số loại dịch vụ:

6. Xã đã được hưởng hỗ trợ gì cho du lịch làng nghề chưa?

Không ☐ Có ☐

6.1. Nếu có thì trong khoảng 3 năm trở lại đây đã được hỗ trợ những gì?

.....
.....

IV. CHỈ TIÊU ĐÁNH GIÁ PHÁT TRIỂN DU LỊCH LÀNG NGHỀ

.....
Ông/bà hãy sắp xếp mức độ quan trọng của các tiêu chí đánh giá trên theo thứ tự mức độ quan trọng từ 1 đến 5 (1 là quan trọng nhất đến 5 là ít quan trọng nhất):

STT	Chỉ tiêu đánh giá	Mức độ quan trọng
Khía cạnh văn hóa – xã hội		
1	Góp phần bảo tồn và phát huy các giá trị làng nghề, văn hóa, phong tục, tập quán của địa phương	
2	Sự tham gia của cư dân làng nghề vào các hoạt động du lịch tại địa phương	
3	Tạo thuận lợi cho giao lưu văn hóa đối với cư dân làng nghề tại địa phương với du khách	
4	Làm ảnh hưởng đến các giá trị văn hóa, truyền thống làng nghề tại địa phương	
5	Làm phát sinh các vấn đề xã hội tại làng nghề	

6	Mức độ an toàn khi đi du lịch tại các làng nghề	
Khía cạnh kinh tế		
1	Góp phần thúc đẩy quảng bá làng nghề của địa phương	
2	Góp phần làm tăng thu nhập cho cộng đồng làng nghề tại địa phương	
3	Góp phần cải thiện và tạo thêm cơ hội việc làm cho cộng đồng địa phương tại làng nghề	
4	Làm tăng lượng tiêu thụ về các sản phẩm, hàng hóa, dịch vụ của làng nghề địa phương	
Khía cạnh môi trường		
1	Bảo tồn và khai thác có hiệu quả các nguồn tài nguyên làng nghề	
2	Góp phần nâng cao ý thức bảo vệ môi trường làng nghề	
3	Bảo tồn sự đa dạng sinh học, hệ sinh thái và cảnh quan xung quanh làng nghề	
4	Làm gia tăng ô nhiễm môi trường tại làng nghề	
5	Tạo ra lượng lớn chất thải cần xử lý tại các làng nghề	

XIN CẢM ƠN ÔNG BÀ!

Huyện:

Xã:

Làng Nghề:

BẢNG HỎI SỐ 2. ĐIỀU TRA HỘ TRONG LÀNG NGHỀ

Xin chào ông/bà!

Tôi là Đặng Thành Thức hiện đang là nghiên cứu sinh tại Học Viện Nông nghiệp Việt Nam, Hà Nội. Tôi đang tiến hành nghiên cứu đề tài luận án "**Phát triển du lịch làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai**". Xin trân trọng kính nhờ Ông/Bà giúp đỡ cung cấp thông tin để NCS có thể thực hiện luận án đúng tiến độ. Thông tin của ông bà rất quan trọng đối với NCS và chỉ được sử dụng cho nghiên cứu và đề xuất hỗ trợ phát triển du lịch làng nghề tại địa phương.

Xin chân thành cảm ơn!

Ngày điều tra:

Người cung cấp thông tin:

Điện thoại:

Vị trí trong hộ:

I. CÁC THÔNG TIN CHUNG CỦA HỘ

1. Họ và tên chủ hộ

2. Tuổi : Giới tính:

3. Dân tộc : Tôn giáo:

4. Trình độ văn hóa:

5. Trình độ chuyên môn:

☐ Không qua đào tạo ☐ Sơ cấp Trung cấp ☐ Cao đẳng ☐ Đại học

6. Số nhân khẩu:

7. Số lao động chính: Trong đó nữ

8. Đất sản xuất nông nghiệp:m²

9. Phân loại hộ:

- Theo thu nhập:

Hộ nghèo và cận nghèo

Hộ trung bình

Hộ khá trở lên

- Theo ngành nghề:

☐ Thuần nông

☐ Chuyên dịch vụ

☐ Kiềm ngành nghề dịch vụ

☐ Chuyên ngành nghề khác

10. Ước thu chi hàng năm của hộ

Triệu đồng

STT	Ngành	Thu	Chi
1	Sản xuất Nông nghiệp		
2	Sản xuất làng nghề		
3	Thương mại dịch vụ		
			
			

II. TÌNH HÌNH SẢN XUẤT LÀNG NGHỀ CỦA HỘ GIA ĐÌNH

1. Cơ sở vật chất

Loại hình	Diện tích (m ²)	Ghi chú
- Nhà xưởng sản xuất		
- Đất xây dựng nhà xưởng		
- Đất xây dựng nhà kho		
- Đất xây dựng cửa hàng		
- Khu vực sinh hoạt (nhà ở) có tách rời khu vực sản xuất kinh doanh không? Có ☐ Không ☐		

2. Lao động

Số lao động tham gia sản xuất:người.

Trong đó: - Lao động của hộ: người

- Lao động thuê thường xuyên:người

- Lao động thuê thời vụ: người

3. Tổng vốn ông/bà dùng trong sản xuất kinh doanh: triệu đồng

4. Ông bà có vay vốn trong kinh doanh không?

Có ☐

Không ☐

Nếu có, tình hình vay vốn của hộ như thế nào?

Khoản vay	Tổng vay (1000đ)	Lãi suất (%/tháng)	Thời hạn vay	Điều kiện thế chấp	CP khác ngoài lãi (1000đ)
-Từ NHNN&PTNT					
- Từ NHCS					
- Từ các hội đoàn thể					
- Tư nhân					
- Anh em, họ hàng					
- Bạn bè					

5. Tài sản cho kinh doanh

Loại tài sản	ĐVT	Số lượng	Trị giá hiện tại (triệu đồng)	Ghi chú
- Cửa hàng	m ²			
- Nhà xưởng	m ²			
- Dụng cụ khác	m ²			

6. Trong hộ có ai tham gia tổ chức nghề nghiệp liên quan ngành nghề không?

☐ Có (sang câu 6.1)

☐ Không

6.1. Nêu tên các tổ chức?.....

7. Sản phẩm chính của gia đình là gì?

8. Sản lượng gia đình sản xuất trong 1 tháng là bao nhiêu?

9. Cách tiêu thụ sản phẩm làng nghề của hộ

Xuất khẩu khoảng bao nhiêu %?.....

Bán trong nước khoảng bao nhiêu %?.....

Bán tại chỗ cho khách du lịch khoảng bao nhiêu %?.....

III. TÌNH HÌNH DU LỊCH LÀNG NGHỀ

1. Gia đình ông (bà) có tham gia làm du lịch làng nghề không?

Không (sang câu 1.1) Có (sang câu 1.2)

1.1. Nếu không, vì sao:

.....

1.2. Các hoạt động du lịch của hộ

TT	Khoản thu	Số thu nhập hàng năm (Trđ)
1	Bán hàng hóa cho khách du lịch	
2	Dịch vụ ăn uống cho khách	
3	Dịch vụ lưu trú cho khách	
4	Dịch vụ chuyên chở khách	
5	Hướng dẫn khách trải nghiệm sản xuất làng nghề	
6	Làm thuê cho các đơn vị kinh doanh du lịch	
7	Khác.....	

2. Hộ có được ngân sách hỗ trợ trong hoạt động du lịch không?

☐ Không

☐ Có (sang câu 2.1)

2.1. Hộ được hưởng các hỗ trợ nào sau đây?

Chọn tham gia mô hình

Đi tham quan

Tập huấn du lịch

Hướng dẫn kỹ thuật làng nghề

Hỗ trợ tài chính

Kết nối với khách

Hỗ trợ mặt bằng

Quảng cáo cho khách du lịch

3. Kết quả đón khách du lịch hàng năm của hộ

Khách	Số khách/năm	Doanh thu du lịch/năm
Trong nước		
Nước ngoài		

4. Nhu cầu của du khách đến tham quan tại cơ sở là gì?

Tham quan Trải nghiệm Học tập, nghiên cứu Nghỉ dưỡng

5. Những khó khăn khi tham gia làm du lịch làng nghề?

Thiếu vốn

Đầu ra sản phẩm

Thiếu nhân lực

Khác,

Cụ thể:

6. Theo ông/bà điều gì đã thu hút du khách đến với làng nghề?

.....
7. Gia đình muốn nhà nước hỗ trợ gì trong quá trình làm du lịch làng nghề?
.....

8. Hộ quyết định sẽ chọn hướng kinh doanh nào sau đây?

☐ Kinh doanh làng nghề là chính

☐ Kinh doanh du lịch làng nghề là chính

XIN CẢM ƠN ÔNG BÀ!

BẢNG HỎI SỐ 3: ĐIỀU TRA DOANH NGHIỆP DU LỊCH

Xin chào ông/bà!

Tôi là Đặng Thành Thức hiện đang là nghiên cứu sinh tại Học Viện Nông nghiệp Việt Nam, Hà Nội. Tôi đang tiến hành nghiên cứu đề tài luận án "**Phát triển du lịch làng nghề tỉnh Bình Định**". Xin trân trọng kính nhờ Ông/Bà giúp đỡ cung cấp thông tin để NCS có thể thực hiện luận án đúng tiến độ. Thông tin của ông bà rất quan trọng đối với NCS và chỉ được sử dụng cho nghiên cứu và đề xuất hỗ trợ phát triển du lịch làng nghề tại địa phương.

Xin chân thành cảm ơn!

Ngày điều tra:

Người cung cấp thông tin:

Điện thoại:

Vị trí trong doanh nghiệp:

I. Thông tin chung

1. Địa chỉ doanh nghiệp:

Số điện thoại:

Email:

2. Loại hình doanh nghiệp

Tư nhân ☐

DN liên doanh ☐

TNHH ☐

Loại khác

Cổ phần ☐

3. Tổng số lao động:

Trong đó: Nam..... Nữ.....

4 Doanh thu (Tỷ đồng)

Dưới 10 tỷ

Trên 100 - dưới 300 tỷ

Từ 10-100 tỷ

Trên 300 tỷ

5.Vốn (Tỷ đồng):

Dưới 3 tỷ

Từ 3 - 50 tỷ

Từ 50 - 100 tỷ

Trên 100 tỷ

6.Loại hình kinh doanh chính của doanh

☐ Lữ hành

ng nghiệp

☐ Vận chuyển

- ☐ Cơ sở lưu trú
- ☐ Dịch vụ ăn uống
- ☐ Tổng hợp

II. Hoạt động du lịch của doanh nghiệp tại các làng nghề

1. Doanh nghiệp có hoạt động tại các làng nghề không?

- ☐ Có ☐ Không

2. Doanh số kinh doanh tại làng nghề hàng năm

- Doanh thu từ khách nội địa: trđ/năm.
- Doanh thu từ khách quốc tế: trđ/năm.
- Tổng số lượng lao động năm 2023: lao động.

3. Doanh nghiệp đã có những hoạt động nào sau đây nhằm thúc đẩy phát triển du lịch làng nghề?

Họp bàn trong doanh nghiệp về Du lịch làng nghề, ví dụ.....

Họp với bên ngoài về du lịch làng nghề, ví dụ.....

Có chương trình tuyên truyền, quảng bá Du lịch làng nghề, ví dụ

Tổ chức được tour du lịch làng nghề, ví dụ.....

Xin cảm ơn quý doanh nghiệp!

BẢNG HỎI SỐ 4: ĐIỀU TRA KHÁCH DU LỊCH LÀNG NGHỀ

Xin chào ông/bà!

Tôi là Đặng Thành Thức hiện đang là nghiên cứu sinh tại Học Viện Nông nghiệp Việt Nam, Hà Nội. Tôi đang tiến hành nghiên cứu đề tài luận án "**Phát triển du lịch làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai**". Xin trân trọng kính nhờ Ông/Bà giúp đỡ cung cấp thông tin để NCS có thể thực hiện luận án đúng tiến độ. Thông tin của ông bà rất quan trọng đối với NCS và chỉ được sử dụng cho nghiên cứu và đề xuất hỗ trợ phát triển du lịch làng nghề tại địa phương.

Xin chân thành cảm ơn!

Ngày điều tra:

Người cung cấp thông tin:

Điện thoại:

Nếu là người ngoài: Tên nước.....Quốc tịch.....

A - THÔNG TIN CHUNG VỀ DU KHÁCH

1. Họ và tên:

2. Tuổi:

Giới tính: ☐ Nam ☐ Nữ

2. Địa chỉ:

3. Nghề nghiệp:

4. Thu nhập/tháng (triệu đồng)

☐ Dưới 5 trđ

☐ Từ 10 – 15 trđ

☐ Từ 5 – 10 tr

☐ Trên 15 trđ

5. Trình độ học vấn:

☐ THPT trở xuống

☐ Trên đại học

☐ Trung cấp, cao đẳng, đại học

6. Quý khách biết đến Làng nghề du lịch qua nguồn tin nào?

☐ Bạn bè, người thân

☐ Qua công ty du lịch

☐ Phương tiện thông tin đại chúng

☐ Qua mạng internet

7. Lý do đưa quý khách đến Làng nghề du lịch

- ☐ Tham quan, trải nghiệm ☐ Học tập, nghiên cứu
☐ Nghỉ dưỡng, tổ chức sự kiện ☐ Khác:

8. Đây là lần thứ mấy quý khách đến với Làng nghề

- ☐ Lần đầu ☐ Lần 2 ☐ Lớn hơn 2

9. Quý khách đi cùng ai: Một mình

- ☐ Tập thể/ nhóm dưới 10 người
☐ Tập thể/ nhóm trên 10 người

10. Chuyến đi của quý khách kéo dài bao nhiêu ngày:

11. Số tiền quý khách chi cho chuyến đi này?

- ☐ Từ 500.000đ – 1.000.000đ ☐ Từ 3.000.000đ – 5.000.000đ
☐ Từ 1.000.000đ – 3.000.000đ ☐ Trên 5.000.000đ

B – ĐÁNH GIÁ VỀ LÀNG NGHỀ DU LỊCH

Xin quý khách vui lòng cho biết mức độ hài lòng của mình về các tiêu chí dưới đây, bằng cách đánh dấu (X) vào phương án trả lời của mình với quy ước như sau:

(1) Rất không hài lòng; (2) Không hài lòng; (3) Bình thường; (4) Hài lòng; (5) Rất hài lòng.

STT	Tiêu chí	Cảm nhận của quý khách				
A	Cảnh quan, môi trường làng nghề	1	2	3	4	5
1	Cảnh quan hệ sinh thái đẹp (nhà cửa, rừng, núi, ruộng đồng, ao vườn)					
2	Phong cảnh yên bình, đẹp					
3	Không khí trong lành, không gian yên tĩnh					
4	Thích hợp nghỉ dưỡng					
	Đánh giá chung về phong cảnh nơi đến					
Ý kiến riêng:						
B	Dịch vụ lưu chuyển	1	2	3	4	5
5	Đường giao thông thuận tiện, thông thoáng, dễ đi lại					

6	Phương tiện vận chuyển đa dạng, nhiều lựa chọn					
7	Chất lượng phương tiện mà quý khách thuê					
8	Thái độ phục vụ của nhân viên					
9	Thời gian chờ đợi xe					
10	Giá cả hợp lý					
11	Hình thức thanh toán					
12	Đánh giá chung về dịch vụ lưu chuyển					
Ý kiến riêng:						
C	Dịch vụ lưu trú	1	2	3	4	5
13	Dễ dàng tìm phòng nghỉ					
14	Phòng ở đầy đủ tiện nghi					
15	Điều kiện vệ sinh sạch sẽ					
16	Không gian yên tĩnh, thoáng đãng					
17	Giá cả phù hợp với chất lượng					
18	Đảm bảo an toàn về người và tài sản cho khách hàng					
19	Thời gian đáp ứng các yêu cầu của khách hàng					
20	Thái độ của quản lý/nhân viên					
21	Đánh giá chung về dịch vụ lưu trú					
Ý kiến riêng:						

D	Dịch vụ ẩm thực	1	2	3	4	5
22	Thực đơn đa dạng, phong phú					
23	Đồ ăn chế biến ngon, hấp dẫn, đảm bảo vệ sinh ATTP					
24	Thời gian chờ phục vụ					
25	Đáp ứng các nhu cầu của khách hàng					
26	Chất lượng công cụ, dụng cụ phục vụ ăn uống					
27	Trải nghiệm nấu ăn cùng người dân, tự phục vụ ăn uống					
28	Thái độ của nhân viên					
29	Giá cả phù hợp					
30	Đánh giá chung về dịch vụ ăn uống					
E	Thái độ, năng lực phục vụ của quản lý, nhân viên, người dân phục vụ tại làng nghề du lịch	1	2	3	4	5
31	Nhân viên quản lý và nhân viên có trình độ chuyên môn về du lịch					
32	Thái độ tôn trọng, lịch sự, văn minh với du khách					
33	Khả năng giải đáp thắc mắc, đáp ứng nhanh chóng yêu cầu của du khách					
34	Nhiệt tình phục vụ, trung thực, niềm nở với du khách					
35	Đánh giá chung về thái độ, năng lực phục vụ					
Ý kiến riêng:						

F	Dịch vụ vui chơi, trải nghiệm, nghỉ dưỡng	1	2	3	4	5	
36	Đa dạng sản phẩm lưu niệm, thủ công truyền thống						
37	Trải nghiệm cùng sản xuất sản phẩm						
38	Sự độc đáo của các sản phẩm làng nghề						
39	Các loại hình nghệ thuật tại làng nghề						
40	Giá cả phù hợp với chất lượng						
41	Đánh giá chung về dịch vụ tại làng nghề						
Sản phẩm du lịch làng nghề (SPDLLN)							
	SPDLLN 1	Sản phẩm du lịch làng nghề mang tính độc đáo	1	2	3	4	5
	SPDLLN 2	Sự độc đáo và đặc trưng của sản phẩm làng nghề	1	2	3	4	5
	SPDLLN 3	Trải nghiệm làm sản phẩm du lịch làng	1	2	3	4	5
	SPDLLN 4	Tham gia lễ hội truyền thống làng nghề	1	2	3	4	5
	SPDLLN 5	Sự đảm bảo tốt về dịch vụ mua sắm tại làng nghề)	1	2	3	4	5
Cơ sở hạ tầng (CSHT)							
	CSHT1	Hệ thống phương tiện giao thông thuận tiện đến làng nghề	1	2	3	4	5
	CSHT2	Dịch vụ lưu trú ở các điểm làng nghề đa dạng đáp ứng nhu cầu du khách	1	2	3	4	5
	CSHT3	Nhà hàng và các dịch vụ bổ sung ở các điểm	1	2	3	4	5

		làng nghề đa dạng đáp ứng nhu cầu du khách					
	CSHT4	Tại làng nghề đã có bảo tàng và khu lưu niệm hấp dẫn du khách	1	2	3	4	5
	CSHT5	Chất lượng mặt đường đến điểm tham quan làng nghề tốt	1	2	3	4	5
	CSHT6	Mức độ đầy đủ của bảng chỉ dẫn vào điểm tham quan làng nghề	1	2	3	4	5
<i>Nguồn nhân lực tại làng tại làng nghề (NNL)</i>							
	NNL1	Sự hiểu biết về các làng nghề của hướng dẫn viên du lịch tại làng nghề	1	2	3	4	5
	NNL2	Thái độ, kỹ năng phục vụ của nhân viên tại làng nghề	1	2	3	4	5
	NNL3	Kiến thức và kỹ năng du lịch của cộng đồng dân cư	1	2	3	4	5
	NNL4	Sự thân thiện của cộng đồng dân cư tại làng nghề	1	2	3	4	5
	NNL5	Sự sẵn sàng giúp đỡ của cộng đồng dân cư tại làng nghề	1	2	3	4	5
<i>An toàn và an ninh (ATAN)</i>							
	ATAN1	Tình trạng trộm cắp, lôi kéo khách	1	2	3	4	5
	ATAN2	An toàn thực phẩm tại các điểm ăn uống	1	2	3	4	5
	ATAN3	Tình trạng thách giá du khách	1	2	3	4	5
	ATAN4	Không tận dụng lao động là trẻ em tại các làng	1	2	3	4	5

		nghề					
<i>Vệ sinh môi trường (VSMT)</i>							
	VSMT1	Mức độ sạch sẽ của cơ sở sản xuất làng nghề	1	2	3	4	5
	VSMT2	Mức độ sạch sẽ của nhà vệ sinh công cộng	1	2	3	4	5
	VSMT3	Việc giữ gìn vệ sinh ở bãi đỗ xe điểm tham quan làng nghề	1	2	3	4	5
	VSMT4	Việc bố trí đầy đủ thùng đựng rác ở điểm tham quan)	1	2	3	4	5
<i>Sự tham gia của cộng đồng địa phương trong phát triển du lịch làng nghề (CDDP)</i>							
	CDDP1	Cộng đồng địa phương tích cực tham gia cung cấp dịch vụ du lịch sẵn có của địa phương	1	2	3	4	5
	CDDP2	Cộng đồng địa phương luôn thể hiện sự hiếu khách trong giao tiếp với du khách	1	2	3	4	5
	CDDP3	Cộng đồng địa phương luôn có những hoạt động để bảo vệ môi trường và bảo tồn giá trị văn hóa làng nghề	1	2	3	4	5
	CDDP4	Cộng đồng địa phương chủ động tham gia vào hoạt động phát triển và kinh doanh du lịch làng nghề	1	2	3	4	5
<i>Thế chế, chính sách phát triển du lịch làng nghề (TCCS)</i>							
	TCCS1	Quan điểm và chính sách đầu tư phát triển du lịch làng nghề được phổ biến rộng rãi	1	2	3	4	5
	TCCS2	Môi trường đầu tư và kinh doanh du lịch làng nghề rõ ràng, minh bạch	1	2	3	4	5

	TCCS3	Chính sách huy động và phân bổ các nguồn lực cho phát triển du lịch làng nghề được phổ biến công khai	1	2	3	4	5
	TCCS4	Định hướng chiến lược phát triển du lịch làng nghề và xây dựng các tour, tuyến du lịch làng nghề rõ ràng	1	2	3	4	5
<i>Phát triển du lịch làng nghề tỉnh Bình Định (PTDL)</i>							
	PTDL1	Phát triển du lịch làng nghề làm tăng sức hút cho du lịch tỉnh Bình Định	1	2	3	4	5
	PTLD2	Phát triển du lịch làng nghề là cần thiết để nâng cao năng lực cạnh tranh cho du lịch tỉnh Bình Định	1	2	3	4	5
	PTDL3	Phát triển du lịch làng nghề tạo nên nét đặc trưng cho tỉnh Bình Định	1	2	3	4	5
<i>Sự hài lòng của du khách (SHL)</i>							
	SHL1	Công tác tổ chức các hoạt động du lịch làng nghề	1	2	3	4	5
	SHL2	Ấn tượng về làng nghề du lịch của địa phương	1	2	3	4	5
	SHL3	Các trải nghiệm tại làng nghề đem đến sự thú vị và hài lòng	1	2	3	4	5
	SHL4	Hình ảnh về làng nghề du lịch, về vùng và các dịch vụ du lịch tại làng nghề được giới thiệu đến người thân, đồng nghiệp, bạn bè	1	2	3	4	5
	SHL5	Dự định quay trở lại tham quan làng nghề của du khách	1	2	3	4	5

43. Đánh giá của quý khách về nét đặc sắc và hạn chế của văn hóa dân tộc tại làng nghề?

.....
.....
.....

44. Đánh giá của quý khách về giá cả của các sản phẩm?

☐ Rẻ

☐ Bình thường

☐ Đắt

45. Mức sẵn lòng chi trả của quý khách cho một chuyến tham quan nếu dịch vụ du lịch tại làng nghề này tốt hơn?

☐ Từ 2.000.000đ – 3.000.000đ

☐ Từ 3.000.000đ – 5.000.000đ

☐ Trên 5.000.000đ

46. Quý khách có dự định quay lại làng nghề du lịch không?

☐ Có

☐ Không

☐ Chưa chắc chắn

47. Quý khách sẽ giới thiệu làng nghề du lịch cho bạn bè, người thân của mình sau chuyến đi này không?

☐ Có

☐ Không

48. Quý khách có đề xuất gì để góp phần nâng cao chất lượng dịch vụ tại làng nghề du lịch?

.....
.....
.....
.....
.....

49. Đánh giá mức độ hài lòng của Quý khách về tổng thể làng nghề du lịch này?

.....

☐ Rất hài lòng

☐ Không hài lòng

☐ Hài lòng

☐ Rất không hài lòng

☐ Bình thường

Xin chân thành cảm ơn những thông tin quý báu của quý khách !

PHỤ LỤC 2. KẾT QUẢ KHẢO SÁT THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN DU LỊCH LÀNG NGHỀ TẠI TỈNH BÌNH ĐỊNH

Bảng 1. Thông tin tổng hợp về thực trạng sản phẩm du lịch làng nghề tại một số làng nghề tỉnh Bình Định

Tên làng nghề	Số hộ làm nghề	Số hộ làm thường xuyên	Thu nhập trung bình (trđ/tháng)	Khách du lịch tham quan	Khó khăn chính
Bánh trắng - Bún số 8 Tăng Long 1	40	20	4,5	Có, nhưng ít	Mùa mưa ngừng hoạt động; đầu ra khó khăn
Bí đao khổng lồ Mỹ Thọ	30	30	3,5	Có	Thời gian kinh doanh ngắn; thiếu đầu mối tiêu thụ
Dệt chiếu cói Hòa Nhơn	500	150	5	Có, nhưng ít	Sản phẩm bán chậm; thiếu kênh tiêu thụ ổn định
Chằm nón ngựa Phú Gia	200	200	4,2	Có, nhiều	Bán chậm; thiếu kênh tiêu thụ ổn định
Trồng mai cảnh Nhơn An	1500	1500	6	Có, nhiều	Thời gian kinh doanh ngắn; thiếu đầu mối tiêu thụ
Đan tre Mỹ Tài	50	50	3	Có, nhưng ít	Nguyên liệu tre cạn kiệt; bán ra hạn chế
Rượu Bàu Đá	34	25	5	Có, nhiều	Khó tìm đầu ra; giá nguyên vật liệu cao
Tiện gỗ Nhơn Hậu	120	120	4,8	Có, nhiều	Bán chậm; thiếu kênh tiêu thụ ổn định

Bảng 2. Tổng hợp thu nhập trung bình của một số làng nghề

Tên làng nghề	Thu nhập trung bình (triệu đồng/tháng)
Bánh tráng - Bún số 8 Tăng Long 1	3,2
Bí đao khổng lồ	3
Dệt chiếu cói	3,6
Chằm nón ngựa Phú Gia	4
Trồng mai cảnh	5
Đan tre	2
Rượu Bàu Đá	4
Tiện gỗ mỹ nghệ	4

Nguồn: Tác giả khảo sát (2024)

Bảng 3. Thống kê lượng khách tham quan trung bình ngày tại một số làng nghề

Tên làng nghề	Lượng khách tham quan trung bình/ngày
Bánh tráng - Bún số 8 Tăng Long 1	10
Bí đao khổng lồ	15
Dệt chiếu cói	20
Chằm nón ngựa Phú Gia	200
Trồng mai cảnh	300
Đan tre	5
Rượu Bàu Đá	250
Tiện gỗ mỹ nghệ	150

Nguồn: Tác giả khảo sát, 2024

Bảng 4. Kết quả khảo sát các bên liên quan về quy hoạch du lịch làng nghề

Nhóm khảo sát	Số lượng khảo sát	Đồng ý quy hoạch giúp nhận diện thương hiệu (%)	Làng nghề đã lồng ghép vào tuyến du lịch (%)	Hộ sản xuất chưa thấy lợi ích từ du lịch (%)	Thiếu liên kết doanh nghiệp và làng nghề (%)	Thiếu cơ sở hạ tầng phục vụ du lịch (%)	Mong muốn có thêm hoạt động trải nghiệm (%)	Doanh nghiệp có kế hoạch đầu tư vào du lịch làng nghề (%)	Doanh nghiệp mong muốn có chính sách ưu đãi (%)	Doanh nghiệp đề xuất kết nối chính quyền & doanh nghiệp (%)
Chuyên gia	50	72	60	0	50	55	50	0	0	0
Doanh nghiệp lữ hành	60	65	65	0	70	60	55	30	65	45
Hộ sản xuất	120	40	30	80	65	75	60	0	0	0
Du khách	150	55	35	0	60	70	70	0	0	0

Nguồn: Tác giả khảo sát (2024)

Bảng 5. Kết quả khảo sát thực trạng về nguồn lực đầu tư cho phát triển du lịch làng nghề

Chỉ tiêu khảo sát	Tỷ lệ hoặc giá trị
Tỷ lệ hộ sản xuất mong muốn có thêm chính sách hỗ trợ tài chính	74%
Hộ sản xuất cho rằng điều kiện vay vốn chưa thuận lợi	62%
Hộ sản xuất e ngại vay vốn do chưa có đầu ra ổn định	48%
Hộ sản xuất không nắm rõ các chính sách hỗ trợ	36%
Tỷ lệ chuyên gia đồng ý rằng ngân sách đầu tư từ Nhà nước đã cải thiện	70%
Hộ sản xuất gặp khó khăn trong việc tiếp cận nguồn vốn ưu đãi	68%
Doanh nghiệp du lịch lo ngại hỗ trợ tài chính còn manh mún	55%
Làng nghề thu hút được vốn đầu tư từ doanh nghiệp du lịch	30%

Chỉ tiêu khảo sát	Giai đoạn 2019-2023	Năm 2024
Tổng ngân sách đầu tư cho du lịch làng nghề (tỷ đồng)	350	400
Tỷ lệ ngân sách du lịch dành cho làng nghề (%)	10	12
Số lượng làng nghề nhận đầu tư từ ngân sách nhà nước	15	18
Số lượng làng nghề có vốn đầu tư từ doanh nghiệp	10	12
Tỷ lệ hộ sản xuất tiếp cận được vốn vay (%)	32	35
Tỷ lệ doanh nghiệp lữ hành quan tâm đầu tư vào du lịch làng nghề (%)	40	45
Tỷ lệ du khách phản ánh hạ tầng du lịch chưa đáp ứng nhu cầu (%)	75	72
Tỷ lệ làng nghề có cơ sở vật chất bài bản phục vụ du lịch (%)	25	30
Tỷ lệ doanh nghiệp e ngại đầu tư do rủi ro cao (%)	60	55
Tỷ lệ hộ sản xuất mong muốn có hỗ trợ tài chính để phát triển du lịch (%)	68	70

Làng nghề	Địa điểm	Ngân sách đầu tư (%)
Rượu Bàu Đá	Nhơn Lộc, An Nhơn	20%
Chằm nón ngựa Phú Gia	Cát Tường, Phù Cát	27%
Trồng mai cảnh Nhơn An	Nhơn An, An Nhơn	40%
Tiện gỗ mỹ nghệ	Nhơn Hậu, An Nhơn	13%

Nguồn: Tác giả khảo sát (2024)

Bảng 6. Kết quả khảo sát thực trạng đào tạo và phát triển nguồn nhân lực

Chỉ tiêu khảo sát	Tỷ lệ (%)
Tỷ lệ chuyên gia đánh giá lao động làng nghề chưa được đào tạo bài bản	72
Tỷ lệ hộ sản xuất chưa từng tham gia khóa đào tạo về du lịch	68
Tỷ lệ DN đánh giá kỹ năng giao tiếp của người dân chưa chuyên nghiệp	55
Tỷ lệ lao động làng nghề chỉ học qua truyền nghề gia đình	70
Tỷ lệ lao động đã tham gia khóa tập huấn ngắn hạn (chủ yếu về sản xuất)	25
Tỷ lệ lao động có chứng chỉ hoặc bằng cấp về du lịch	5
Tỷ lệ thanh niên không muốn theo nghề truyền thống	60
Tỷ lệ thanh niên cho rằng thu nhập từ du lịch làng nghề chưa ổn định	73
Tỷ lệ thanh niên thấy thiếu chính sách hỗ trợ để tham gia du lịch làng nghề	65
Tỷ lệ thanh niên mong muốn có mô hình kinh doanh sáng tạo hơn	57
Tỷ lệ hộ sản xuất mong muốn đào tạo về kinh doanh, tiếp thị	78
Tỷ lệ DN đề xuất mở rộng đào tạo hướng dẫn viên, quản lý dịch vụ	70
Tỷ lệ chuyên gia đề xuất phát triển đào tạo gắn liền với thực tiễn	65

Nhóm khảo sát	Chưa đào tạo bài bản (%)	Thiếu kỹ năng phục vụ khách (%)	Thanh niên không theo nghề (%)
Chuyên gia	72	60	73
Hộ sản xuất	68	70	65
Doanh nghiệp du lịch	55	55	57

Nguồn: Tác giả khảo sát (2024)

Bảng 7. Kết quả khảo sát thực trạng liên kết phát triển du lịch làng nghề

Nhóm khảo sát	Mức độ liên kết (%)	Mong muốn cải thiện liên kết (%)
Doanh nghiệp lữ hành	30	70
Hộ sản xuất	72	65
Du khách	58	61
Chỉ tiêu khảo sát		Kết quả khảo sát (%)
Tỷ lệ làng nghề có kết nối chính thức với doanh nghiệp lữ hành		30
Tỷ lệ làng nghề chưa có liên kết với tour du lịch bài bản		70
Tỷ lệ du khách mong muốn có thêm trải nghiệm kết hợp du lịch làng nghề		65
Tỷ lệ làng nghề có liên kết với điểm du lịch văn hóa và tự nhiên		25
Tỷ lệ làng nghề tham gia xúc tiến thương mại và du lịch		25
Tỷ lệ doanh nghiệp lữ hành sẵn sàng hợp tác với làng nghề		55
Tỷ lệ nghệ nhân mong muốn cải thiện liên kết với doanh nghiệp du lịch		80

Nguồn: Tác giả khảo sát (2024)

Bảng 8. Kết quả khảo sát thực trạng xúc tiến quảng bá du lịch làng nghề

Nhóm khảo sát	Công tác quảng bá đã cải thiện (%)	Chưa có chiến dịch dài hạn (%)	Ứng dụng công nghệ còn yếu (%)
Doanh nghiệp lữ hành	65	45	60
Du khách	55	48	62
Cán bộ quản lý	70	45	60
Nhóm khảo sát		Nội dung khảo sát	Tỷ lệ (%)
Doanh nghiệp lữ hành	Doanh nghiệp nhận định công tác quảng bá du lịch làng nghề có cải thiện		65
Doanh nghiệp	Doanh nghiệp đánh giá quảng bá sản phẩm làng nghề tại		58

lữ hành	sự kiện du lịch có hiệu quả	
Doanh nghiệp lữ hành	Doanh nghiệp bắt đầu đưa một số làng nghề vào tour du lịch	40
Du khách	Du khách biết đến sản phẩm làng nghề qua sự kiện du lịch	55
Du khách	Du khách đã từng tham quan làng nghề	30
Du khách	Du khách mong muốn có thêm nội dung quảng bá trực tuyến	62
Cán bộ quản lý du lịch	Cán bộ nhận định quảng bá du lịch làng nghề chưa đồng bộ	70
Cán bộ quản lý du lịch	Cán bộ nhận định các làng nghề chưa có chiến dịch truyền thông dài hạn	45
Cán bộ quản lý du lịch	Cán bộ nhận định ứng dụng công nghệ số trong quảng bá còn yếu	60
Hộ sản xuất	Hộ sản xuất không có đủ nguồn lực quảng bá	62
Hộ sản xuất	Hộ sản xuất chưa từng được đào tạo kỹ năng quảng bá	50
Hộ sản xuất	Hộ sản xuất nhận thấy doanh nghiệp lữ hành tham gia quảng bá còn thấp	40

Nguồn: Tác giả khảo sát (2024)

Bảng 9. Thống kê thực trạng hoạt động làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai

TT	Tên làng nghề, làng nghề truyền thống	Địa chỉ	Sản phẩm chính làng nghề	Nhóm ngành nghề hoạt động (*)	Làng nghề đã được công nhận (theo ND 52 của Chính phủ)	Đã lập phương án BVMT LN (1. Có 2. Không)	Làng nghề có sản phẩm đăng ký nhãn hiệu	Làng nghề có sản phẩm OCOP đạt sao	
								Sản phẩm	Năm công nhận
TỔNG					20	27	9	12	
I	THỊ XÃ AN NHƠN				13	16	5	6	
1	LNTT Rượu Bàu Đá	An Nhơn	Rượu gạo, rượu nếp và rượu đậu xanh.	1	QĐ số 4456/QĐ-UBND ngày 29/11/2019	1	Nhãn hiệu tập thể	- 03 sản phẩm của chủ thể đạt hạng 4 sao - 13 sản phẩm của chủ thể đạt hạng 3 sao	01 2022
								04 sản phẩm của chủ thể đạt hạng 03 sao	02 2023
2	LN Tiện gỗ mỹ nghệ Nhơn Hậu	An Nhơn	Đồ gỗ mỹ nghệ các loại	2	QĐ số 56/QĐ-UBND ngày 06/01/2023	1	Nhãn hiệu tập thể	Có 02 sản phẩm của chủ thể đạt hạng 3 sao	02 2024
3	LN trồng mai cảnh Háo Đức	An Nhơn	Mai cảnh các loại	5	QĐ số 4977/QĐ-UBND ngày 14/12/2021	1	Nhãn hiệu tập thể	Có 01 sản phẩm của chủ thể đạt hạng 3 sao	01 2019

TT	Tên làng nghề, làng nghề truyền thống	Địa chỉ	Sản phẩm chính làng nghề	Nhóm ngành nghề hoạt động (*)	Làng nghề đã được công nhận (theo ND 52 của Chính phủ)	Đã lập phương án BVMT LN (1. Có 2. Không)	Làng nghề có sản phẩm đăng ký nhãn hiệu	Làng nghề có sản phẩm OCOP đạt sao	
								Sản phẩm	Năm công nhận
III	HUYỆN PHÙ CÁT				3	7	2	3	
4	LN chăm Nón ngựa Phú Gia	Phù Cát	Nón ngựa	2	QĐ số 956/QĐ-BVHTTDL ngày 09/4/2024 (Di sản VHPVT Quốc gia)	1	Nhãn hiệu chứng nhận	Có 01 sản phẩm của chủ thể đạt hạng 3 sao	01 2024
IV	THỊ XÃ HÒAI NHƠN				4	4	2	2	
5	LNTT bánh trắng, bún số 8 Tăng Long 1	Hòai Nhơn	Bánh trắng các loại (bánh trắng nước dừa, gạo, củ lang,...) và bún số 8.	1	QĐ số 3140/QĐ-UBND ngày 03/8/2020	1	Nhãn hiệu tập thể	Có 01 sản phẩm của chủ thể đạt hạng 3 sao	01 2019
6	LNTT chiếu cói Chương	Hòai Nhơn	Chiếu các loại (chiếu	4	QĐ số 2531/QĐ-	1	Nhãn hiệu tập thể	Có 01 sản phẩm của chủ thể đạt hạng 3 sao	01 2023

TT	Tên làng nghề, làng nghề truyền thống	Địa chỉ	Sản phẩm chính làng nghề	Nhóm ngành nghề hoạt động (*)	Làng nghề đã được công nhận (theo ND 52 của Chính phủ)	Đã lập phương án BVMT LN (1. Có 2. Không)	Làng nghề có sản phẩm đăng ký nhãn hiệu	Làng nghề có sản phẩm OCOP đạt sao	
								Sản phẩm	Năm công nhận
	Hòa		trắng, chiếu hoa râm, chiếu gấm, chiếu vảy,...)		UBND ngày 25/6/2020				
V	HUYỆN PHÙ MỸ				0	0		1	
7	LN đan tre Mỹ Tài	Phù Mỹ	Dùng thúng, nong nia	4		2			
8	Làng Bí đao khổng lồ	Phù Mỹ	Bí đao,	5					

Nguồn: Tổng cục Thống kê tỉnh Bình Định (2025)

PHỤ LỤC 3.

Bảng 1. Tổng hợp chi tiết thang đo các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển du lịch làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai

STT	Ký hiệu	Nội dung	Nguồn tham khảo
Sản phẩm du lịch làng nghề (SPDLLN)			
1	SPDLLN1	Sản phẩm du lịch làng nghề mang tính độc đáo	Vũ Thị Hải Anh & Lâm Phạm Thị Hải Hà (2023); Chhabra & cs. (2003)
2	SPDLLN2	Sản phẩm làng nghề có đặc trưng riêng rõ rệt	Trương Trí Thông (2021); Vũ Thị Hải Anh & Lâm Phạm Thị Hải Hà (2023); Zhu & cs. (2023)
3	SPDLLN3	Du khách có thể trải nghiệm làm sản phẩm làng nghề	Vũ Thị Hải Anh & Lâm Phạm Thị Hải Hà (2023); Chhabra & cs. (2003)
4	SPDLLN4	Có hoạt động lễ hội/trình diễn văn hóa gắn với làng nghề	Vũ Thị Hải Anh & Lâm Phạm Thị Hải Hà (2023); Chhabra & cs. (2003)
5	SPDLLN5	Dịch vụ mua sắm tại làng nghề được tổ chức tốt	Trương Trí Thông (2021); Kartika & cs. (2020)
Cơ sở hạ tầng (CSHT)			
1	CSHT1	Hệ thống phương tiện giao thông thuận tiện đến làng nghề	Trương Trí Thông (2021); Dwyer & Kim (2003)
2	CSHT2	Dịch vụ lưu trú ở các điểm làng nghề đa dạng đáp ứng nhu cầu du khách	Trương Trí Thông (2021); Ritchie & Crouch (2003)
3	CSHT3	Dịch vụ ăn uống và các dịch vụ bổ sung đa dạng	Trương Trí Thông (2021); Ritchie & Crouch (2003)
4	CSHT4	Có không gian trưng bày/giới thiệu sản phẩm hấp dẫn du khách	Trương Trí Thông (2021); Ritchie & Crouch (2003)
5	CSHT5	Chất lượng đường đến điểm tham quan làng nghề tốt	Trương Trí Thông (2021); Dwyer & Kim (2003)
6	CSHT6	Biển chỉ dẫn đến điểm tham quan làng nghề đầy đủ, dễ nhận biết	Trương Trí Thông (2021); Ritchie & Crouch (2003)

STT	Ký hiệu	Nội dung	Nguồn tham khảo
Nguồn nhân lực tại làng nghề (NNL)			
1	NNL1	Hướng dẫn viên/người thuyết minh hiểu biết tốt về làng nghề	Trương Trí Thông (2021); Vũ Thị Hải Anh & Lâm Phạm Thị Hải Hà (2023); Parasuraman & cs. (1988)
2	NNL2	Thái độ, kỹ năng phục vụ của nhân viên tại làng nghề	Trương Trí Thông (2021); Vũ Thị Hải Anh & Lâm Phạm Thị Hải Hà (2023); Parasuraman & cs. (1988)
3	NNL3	Kiến thức và kỹ năng du lịch của cộng đồng dân cư	Trương Trí Thông (2021); Vũ Thị Hải Anh & Lâm Phạm Thị Hải Hà (2023); Parasuraman & cs. (1988)
4	NNL4	Cộng đồng có kiến thức và kỹ năng du lịch cần thiết	Trương Trí Thông (2021); Vũ Thị Hải Anh & Lâm Phạm Thị Hải Hà (2023); Parasuraman & cs. (1988)
5	NNL5	Sự sẵn sàng giúp đỡ của cộng đồng dân cư tại làng nghề	Trương Trí Thông (2021); Vũ Thị Hải Anh & Lâm Phạm Thị Hải Hà (2023); Parasuraman & cs. (1988)
An toàn và an ninh (ATAN)			
1	ATAN1	Tình trạng trộm cắp, lôi kéo khách được kiểm soát	Trương Trí Thông (2021); Vũ Thị Hải Anh & Lâm Phạm Thị Hải Hà (2023); George (2010)
2	ATAN2	An toàn thực phẩm tại các điểm ăn uống được đảm bảo	Trương Trí Thông (2021); Vũ Thị Hải Anh & Lâm Phạm Thị Hải Hà (2023)
3	ATAN3	Tình trạng thách giá du khách	Vũ Thị Hải Anh & Lâm Phạm Thị Hải Hà (2023)
4	ATAN4	Không tận dụng lao động là trẻ em tại các làng nghề	Vũ Thị Hải Anh & Lâm Phạm Thị Hải Hà (2023)
Vệ sinh môi trường (VSMT)			
1	VSMT1	Mức độ sạch sẽ của cơ sở sản xuất tại làng nghề	Trương Trí Thông (2021); Echtner & Ritchie (1993)

STT	Ký hiệu	Nội dung	Nguồn tham khảo
2	VSMT2	Mức độ sạch sẽ của nhà vệ sinh công cộng	Trương Trí Thông (2021); Echtner & Ritchie (1993)
3	VSMT3	Việc giữ gìn vệ sinh sạch sẽ ở bãi đỗ xe điểm tham quan làng nghề	Trương Trí Thông (2021); Echtner & Ritchie (1993)
4	VSMT4	Việc bố trí đầy đủ thùng đựng rác ở điểm tham quan	Trương Trí Thông (2021); Echtner & Ritchie (1993)
Sự tham gia của cộng đồng địa phương (CDDP)			
1	CDDP1	Cộng đồng địa phương tích cực tham gia cung cấp dịch vụ du lịch sẵn có	Nguyễn Công Đệ (2022); Nguyễn Thị Thuý Ngân (2024); Tosun (1999)
2	CDDP2	Cộng đồng địa phương luôn thể hiện sự hiếu khách trong giao tiếp với du khách	Nguyễn Công Đệ (2022); Nguyễn Thị Thuý Ngân (2024).
3	CDDP3	Cộng đồng có hoạt động bảo vệ môi trường và bảo tồn giá trị văn hóa làng nghề	Nguyễn Công Đệ (2022); Nguyễn Thị Thuý Ngân (2024); Choi & Sirakaya (2005)
4	CDDP4	Cộng đồng địa phương chủ động tham gia vào hoạt động phát triển và kinh doanh du lịch làng nghề	Nguyễn Công Đệ (2022); Choi & Sirakaya (2005)
Thể chế, chính sách phát triển du lịch làng nghề (TCCS)			
1	TCCS1	Quan điểm và chính sách đầu tư phát triển du lịch làng nghề được phổ biến rộng rãi	Nguyễn Công Đệ (2022); UNWTO (2023)
2	TCCS2	Môi trường đầu tư và kinh doanh du lịch làng nghề rõ ràng, minh bạch	Nguyễn Công Đệ (2022); Bramwell & Lane (2011)
3	TCCS3	Chính sách huy động và phân bổ nguồn lực cho phát triển du lịch làng nghề được phổ biến công khai	Nguyễn Công Đệ (2022); Bramwell & Lane (2011)
4	TCCS4	Định hướng chiến lược phát triển du lịch làng nghề và xây dựng tour, tuyến rõ ràng	Nguyễn Công Đệ (2022); Hall (2019)

STT	Ký hiệu	Nội dung	Nguồn tham khảo
Phát triển du lịch làng nghề phía Đông tỉnh Gia Lai (PTDLLN)			
1	PTDLLN1	Phát triển du lịch làng nghề làm tăng sức hút cho du lịch tỉnh Gia Lai	Nguyễn Thị Thuý Ngân (2024); Ritchie & Crouch (2003); Hiroyuki (2012)
2	PTDLLN2	Phát triển du lịch làng nghề là cần thiết để nâng cao năng lực cạnh tranh	Nguyễn Thị Thuý Ngân (2024); Dwyer & Kim (2003)
3	PTDLLN3	Phát triển du lịch làng nghề tạo nên nét đặc trưng cho tỉnh Gia Lai	Nguyễn Thị Thuý Ngân (2024); Ritchie & Crouch (2003)
Sự hài lòng của du khách (SHL)			
1	SHL1	Công tác tổ chức các hoạt động du lịch làng nghề	Nguyễn Công Đệ (2022); Baker & Crompton (2000)
2	SHL2	Ấn tượng về làng nghề du lịch của địa phương	Nguyễn Công Đệ (2022); Yoon & Uysal (2005)
3	SHL3	Các trải nghiệm tại làng nghề đem đến sự thú vị và hài lòng	Nguyễn Công Đệ (2022); Yoon & Uysal (2005)
4	SHL4	Giới thiệu hình ảnh làng nghề du lịch đến người thân, đồng nghiệp, bạn bè	Nguyễn Công Đệ (2022); Yoon & Uysal (2005)
5	SHL5	Dự định quay trở lại tham quan làng nghề của du khách	Nguyễn Công Đệ (2022); Yoon & Uysal (2005)