

GIÁ TRỊ GIÁO DỤC TRẢI NGHIỆM TRONG PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM DU LỊCH LÀNG NGHỀ: NGHIÊN CỨU TẠI LÀNG LỤA VẠN PHÚC, HÀ NỘI

Ngô Quang Duy, Phùng Thị Ngân
Trường Đại học Đại Nam

Tóm tắt: Bài viết phân tích giá trị giáo dục trải nghiệm trong phát triển sản phẩm du lịch làng nghề tại làng lụa Vạn Phúc, Hà Nội. Trên cơ sở tiếp cận lý thuyết kinh tế trải nghiệm, du lịch văn hóa và giáo dục di sản, nghiên cứu sử dụng phương pháp phân tích tài liệu, khảo sát bằng bảng hỏi theo thang đo Likert 5 mức đối với 69 khách du lịch và tổng hợp các ý kiến mở của du khách. Kết quả cho thấy Vạn Phúc có nền tảng tài nguyên văn hóa – nghề nghiệp hấp dẫn, sản phẩm du lịch bước đầu tạo được hiệu ứng nhận thức và cảm xúc tích cực đối với du khách; nhóm tiêu chí bảo tồn văn hóa và phát triển bền vững đạt điểm trung bình cao nhất 4,18/5, tiếp đến là mức độ hấp dẫn của tài nguyên và hoạt động trải nghiệm đạt 4,03/5. Tuy nhiên, mức độ khai thác yếu tố trải nghiệm chỉ đạt 3,76/5, phản ánh hạn chế về tính đa dạng, tính thực hành và chiều sâu giáo dục của sản phẩm. Bài viết đề xuất các giải pháp: thiết kế sản phẩm trải nghiệm theo chủ đề, phát huy vai trò nghệ nhân và cộng đồng, tăng cường diễn giải di sản, phát triển nhân lực hướng dẫn tại chỗ, đẩy mạnh truyền thông số và bảo đảm nguyên tắc phát triển bền vững.

Từ khóa: giáo dục trải nghiệm; du lịch làng nghề; làng lụa Vạn Phúc; du lịch văn hóa; phát triển sản phẩm du lịch.

EXPERIENTIAL EDUCATIONAL VALUES IN DEVELOPING CRAFT-VILLAGE TOURISM PRODUCTS: A STUDY OF VAN PHUC SILK VILLAGE, HANOI

Abstract: This article examines the experiential educational values embedded in the development of craft-village tourism products at Van Phuc silk village, Hanoi. Drawing on the theories of the experience economy, cultural tourism and heritage education, the study employs document analysis, a five-point Likert-scale questionnaire survey of 69 tourists, and synthesis of open-ended responses. The findings indicate that Van Phuc possesses strong cultural and craft-based resources and that its tourism products have initially generated positive cognitive and emotional effects among visitors. The criteria group on cultural conservation and sustainable development records the highest mean score of 4.18/5, followed by the attractiveness of resources and experiential activities at 4.03/5. However, the exploitation of experiential elements reaches only 3.76/5, revealing limitations in product diversity, hands-on participation and educational depth. The article proposes several solutions, including theme-based experiential product design, stronger involvement of artisans and local communities, enhanced heritage interpretation, development of on-site guiding capacity, digital communication and sustainable development principles.

Keywords: experiential education; craft-village tourism; Van Phuc silk village; cultural tourism; tourism product development.

Nhận bài: 18/03/2026

Phản biện: 19/04/2026

Duyệt đăng: 23/04/2026

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Trong bối cảnh nhu cầu du lịch đang chuyển từ tham quan thụ động sang tham gia, học hỏi và tìm kiếm ý nghĩa cá nhân, các làng nghề truyền thống có điều kiện thuận lợi để phát triển thành không gian giáo dục trải nghiệm. Khác với mô hình du lịch chỉ tập trung vào tiêu dùng dịch vụ, du lịch trải nghiệm tại làng nghề cho phép du khách tiếp cận trực tiếp với tri thức bản địa, kỹ năng thủ công, câu chuyện cộng đồng và giá trị văn hóa sống. Vì vậy, sản phẩm du lịch làng nghề không chỉ có chức năng kinh tế mà còn có chức năng giáo dục: giúp du khách nhận thức rõ hơn về di sản, tôn trọng lao động thủ công và hình thành thái độ tích cực đối với bảo tồn văn hóa địa phương.

Làng lụa Vạn Phúc, Hà Nội là một trường hợp tiêu biểu. Đây là làng nghề dệt lụa lâu đời, có thương hiệu rộng rãi, vị trí thuận lợi trong không gian đô thị Hà Nội và có khả năng kết nối với các tuyến du lịch văn hóa, du lịch học đường, du lịch

gia đình và du lịch quốc tế. Tuy nhiên, thực tiễn khai thác du lịch tại Vạn Phúc hiện nay vẫn còn thiên về tham quan, chụp ảnh và mua sắm sản phẩm lụa; các hoạt động cho phép du khách tham gia sâu vào quy trình nghề, giao lưu với nghệ nhân, tự tay thực hành hoặc học hỏi một cách có cấu trúc chưa thực sự nổi bật.

Từ thực tiễn đó, bài viết đặt ra vấn đề: làm thế nào để phát triển sản phẩm du lịch trải nghiệm tại làng lụa Vạn Phúc theo hướng vừa tăng sức hấp dẫn du lịch, vừa phát huy giá trị giáo dục di sản và bảo tồn nghề truyền thống? Mục tiêu của bài viết là: (i) hệ thống hóa cơ sở lý luận về giáo dục trải nghiệm trong du lịch làng nghề; (ii) phân tích thực trạng sản phẩm du lịch trải nghiệm tại làng lụa Vạn Phúc qua khảo sát du khách; (iii) đề xuất một số giải pháp phát triển sản phẩm theo hướng có chiều sâu giáo dục, có sự tham gia của cộng đồng và phù hợp với định hướng bền vững.

II. NỘI DUNG NGHIÊN CỨU

2.1. Tổng quan vấn đề nghiên cứu và cơ sở lý luận

2.1.1. Du lịch trải nghiệm và giá trị giáo dục của trải nghiệm

Lý thuyết kinh tế trải nghiệm của Pine và Gilmore (1998, 1999) cho rằng giá trị của sản phẩm hiện đại không chỉ nằm ở hàng hóa hay dịch vụ, mà còn nằm ở những trải nghiệm đáng nhớ được kiến tạo cho người tiêu dùng. Trong du lịch, quan điểm này làm thay đổi cách tiếp cận phát triển sản phẩm: điểm đến không chỉ “cung cấp cái để xem” mà cần thiết kế “cái để khách tham gia, cảm nhận và ghi nhớ”. Trải nghiệm càng có tính tương tác, tính nhập vai và ý nghĩa cá nhân thì khả năng tạo giá trị càng cao.

Richards và Raymond (2000) khi bàn về du lịch sáng tạo đã nhấn mạnh sự tham gia tích cực của du khách vào các hoạt động đặc trưng của điểm đến. Richards (2018) tiếp tục cho thấy du lịch văn hóa đương đại đang dịch chuyển từ tiêu dùng di sản vật thể sang trải nghiệm di sản phi vật thể, đời sống cộng đồng và các thực hành văn hóa sống. Stamboulis và Skayannis (2003) cũng khẳng định việc tổ chức các chiến lược trải nghiệm có thể tạo ra cơ hội đổi mới điểm đến thông qua các quá trình học hỏi và tương tác. Như vậy, trải nghiệm du lịch có quan hệ trực tiếp với quá trình học tập không chính quy, trong đó du khách tiếp thu tri thức thông qua quan sát, thực hành, đối thoại và phản tư.

Từ góc độ giáo dục, du lịch trải nghiệm tại làng nghề có thể được nhìn nhận như một hình thức học tập ngoài lớp học. Du khách, nhất là học sinh, sinh viên và nhóm khách gia đình, không chỉ tiếp nhận thông tin về lịch sử nghề mà còn học bằng cách chạm vào chất liệu, quan sát nghệ nhân, thử một số công đoạn thủ công và đối thoại với cộng đồng. Đây là quá trình giáo dục bằng trải nghiệm, giúp tri thức văn hóa trở nên cụ thể, sinh động và dễ ghi nhớ hơn so với cách tiếp nhận thông tin một chiều.

2.1.2. Làng nghề truyền thống như không gian giáo dục di sản

Làng nghề truyền thống là không gian kinh tế - văn hóa đặc thù, nơi nghề thủ công, cộng đồng cư dân, không gian cư trú, sản phẩm vật chất và tri thức phi vật thể cùng tồn tại. Đối với hoạt động du lịch, làng nghề có sức hấp dẫn không chỉ vì sản phẩm thủ công, mà còn vì các câu chuyện lịch sử, kỹ thuật nghề, phong tục, nghệ nhân, nhịp sống cộng đồng và biểu tượng văn hóa địa phương. Các tài liệu về du lịch văn hóa và du lịch cộng đồng

đều cho thấy tính chân thực, bản sắc và sự tham gia của cư dân là nền tảng quan trọng để tạo ra trải nghiệm có giá trị (Bùi Thị Hải Yến, 2012; Trần Thúy Anh, 2019).

Trong bối cảnh giáo dục di sản, làng nghề có thể trở thành một “lớp học mở”. Tại đó, người học hoặc du khách được tiếp cận các giá trị lịch sử, mỹ thuật, lao động, kinh tế và văn hóa thông qua hoạt động trải nghiệm. Với làng lụa Vạn Phúc, chất liệu lụa, quy trình dệt, hoa văn truyền thống, câu chuyện nghệ nhân và thương hiệu lụa Hà Đông đều có thể chuyển hóa thành nội dung giáo dục hấp dẫn nếu được diễn giải và tổ chức phù hợp.

2.1.3. Tiêu chí đánh giá sản phẩm du lịch trải nghiệm làng nghề

Trên cơ sở tổng quan lý luận, bài viết sử dụng sáu nhóm tiêu chí cơ bản để đánh giá sản phẩm du lịch trải nghiệm tại làng nghề: (i) mức độ hấp dẫn của tài nguyên và hoạt động trải nghiệm; (ii) mức độ khai thác yếu tố trải nghiệm thực tế; (iii) chất lượng tổ chức và dịch vụ hỗ trợ; (iv) nhân lực phục vụ và sự tham gia của cộng đồng địa phương; (v) quảng bá, liên kết và khả năng tiếp cận sản phẩm; (vi) bảo tồn văn hóa và phát triển bền vững. Ngoài ra, sự hài lòng và ý định quay lại hoặc giới thiệu của du khách được xem là biến kết quả phản ánh chất lượng tổng thể của trải nghiệm.

2.2. Phương pháp nghiên cứu

Bài viết sử dụng kết hợp phương pháp định tính và định lượng mô tả. Phương pháp phân tích tài liệu được sử dụng để hệ thống hóa cơ sở lý luận về du lịch trải nghiệm, du lịch văn hóa, du lịch làng nghề và phát triển sản phẩm du lịch. Các tài liệu thứ cấp gồm sách, bài báo khoa học, báo cáo, tài liệu quản lý và các nguồn thông tin liên quan đến làng lụa Vạn Phúc.

Phương pháp điều tra bằng bảng hỏi được sử dụng để thu thập đánh giá của khách du lịch tại làng lụa Vạn Phúc. Bảng hỏi được thiết kế theo thang đo Likert 5 mức, từ 1 “rất không đồng ý/rất kém” đến 5 “rất đồng ý/rất tốt”. Nội dung khảo sát gồm bảy nhóm: mức độ hấp dẫn của tài nguyên và hoạt động trải nghiệm; mức độ khai thác yếu tố trải nghiệm; chất lượng tổ chức và dịch vụ hỗ trợ; nhân lực và sự tham gia của cộng đồng; quảng bá và liên kết; bảo tồn văn hóa và phát triển bền vững; sự hài lòng và ý định quay lại/giới thiệu. Tổng số phiếu hợp lệ được sử dụng trong phân tích là 69 phiếu. Dữ liệu được mã hóa, nhập và xử lý bằng Excel thông qua tính điểm trung bình theo từng biến và từng nhóm tiêu chí.

Bên cạnh các câu hỏi đóng, nghiên cứu sử dụng câu hỏi mở để ghi nhận nhận xét của du khách về điểm hấp dẫn nhất, hạn chế lớn nhất và hoạt động trải nghiệm nên bổ sung tại Vạn Phúc. Các ý kiến mở được tổng hợp theo chủ đề nhằm hỗ trợ cho kết quả định lượng, qua đó giúp nhận diện rõ hơn khoảng trống giữa tiềm năng tài nguyên và trải nghiệm thực tế của du khách.

2.3. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

2.3.1. Tiềm năng giáo dục trải nghiệm của làng lụa Vạn Phúc

Kết quả nghiên cứu cho thấy làng lụa Vạn Phúc có nhiều điều kiện thuận lợi để phát triển sản phẩm du lịch trải nghiệm gắn với giáo dục di sản. Nguồn tài nguyên nghề lụa giàu giá trị lịch sử, văn hóa và thẩm mỹ là cơ sở quan trọng để tổ chức các hoạt động học tập trải nghiệm như tìm hiểu lịch sử nghề, quan sát quy trình sản xuất, nhận diện hoa văn, thử thao tác thủ công và nghe nghệ nhân kể chuyện nghề. Nhóm tiêu chí về mức độ hấp dẫn của tài nguyên và hoạt động trải nghiệm đạt điểm trung bình 4,03/5; trong đó tiêu chí giúp du khách hiểu hơn về nghề dệt lụa truyền thống đạt 4,17 điểm, còn tiêu chí thể hiện rõ bản sắc văn hóa địa phương đạt 4,10 điểm. Điều này cho thấy du khách đã cảm nhận được chức năng nhận thức và giáo dục của điểm đến. Từ góc độ tâm lý giáo dục, sức hấp dẫn của Vạn Phúc không chỉ đến từ cảnh quan hay mua sắm mà còn từ khả năng khơi gợi tò mò, tạo cảm xúc thẩm mỹ và kết nối du khách với giá trị truyền thống. Đây là nền tảng quan trọng để phát triển giáo dục di sản thông qua trải nghiệm trực tiếp.

2.3.2. Mức độ khai thác yếu tố trải nghiệm còn chưa tương xứng với tiềm năng

Mặc dù sở hữu tài nguyên hấp dẫn, mức độ khai thác yếu tố trải nghiệm tại Vạn Phúc mới đạt 3,76/5, thấp hơn các nhóm tiêu chí khác. Các nội dung như cơ hội tham gia trực tiếp vào công đoạn làm lụa, tính rõ ràng của hoạt động trải nghiệm, mức độ tương tác với nghệ nhân hay hiệu quả khai thác trải nghiệm thực tế đều chỉ ở mức khá. Đặc biệt, tiêu chí về sự phong phú và đa dạng của hoạt động trải nghiệm đạt thấp nhất, 3,71 điểm. Nhiều du khách cho rằng hoạt động hiện nay còn thiên về tham quan, mua sắm và chụp ảnh, trong khi trải nghiệm thực hành nghề còn hạn chế. Các đề xuất tập trung vào việc tổ chức hoạt động tự dệt, nhuộm lụa, thiết kế sản phẩm, làm quà lưu niệm và tham quan quy trình sản xuất có hướng dẫn. Từ góc độ giáo dục, điều này cho thấy sản phẩm hiện tại chưa phát huy đầy đủ nguyên tắc “học

qua làm”. Vì vậy, phát triển du lịch Vạn Phúc cần chuyển từ “đến để xem và mua” sang “đến để học, làm và cảm nhận”.

2.3.3. Chất lượng tổ chức, dịch vụ hỗ trợ và vai trò cộng đồng

Nhóm tiêu chí về chất lượng tổ chức và dịch vụ hỗ trợ đạt 3,89/5. Du khách đánh giá khá tích cực về biển chỉ dẫn, thông tin hướng dẫn và bố trí không gian tham quan, nhưng dịch vụ hỗ trợ như ăn uống, nghỉ chân, vệ sinh và gửi xe còn thấp hơn, chỉ đạt 3,81 điểm. Điều này cho thấy điều kiện phục vụ vẫn chưa thật sự đồng bộ để nâng cao trải nghiệm tổng thể. Trong khi đó, nhóm tiêu chí về nhân lực phục vụ và sự tham gia của cộng đồng đạt 3,93/5. Nghệ nhân và người dân được đánh giá thân thiện, cởi mở, đồng thời sự hiện diện của họ góp phần tăng tính chân thực cho trải nghiệm. Tuy nhiên, mức độ tham gia tích cực của cộng đồng vào hoạt động du lịch vẫn chưa nổi bật, chủ yếu dừng ở bán hàng và giao tiếp tự nhiên, trong khi vai trò hướng dẫn, kể chuyện nghề hay tổ chức workshop chưa được phát huy thường xuyên. Trong giáo dục di sản, cộng đồng địa phương chính là lực lượng truyền cảm hứng trực tiếp, vì vậy cần tiếp tục nâng cao vai trò này để làm sâu sắc hơn giá trị giáo dục của điểm đến.

2.3.4. Quảng bá, liên kết và khả năng hình thành sản phẩm giáo dục trải nghiệm

Nhóm tiêu chí về quảng bá, liên kết và khả năng tiếp cận sản phẩm đạt 3,95/5. Du khách cho rằng thông tin về hoạt động du lịch trải nghiệm ở Vạn Phúc tương đối dễ tìm trước chuyến đi, đạt 4,04 điểm. Tuy nhiên, tiêu chí cần đẩy mạnh hơn nữa hoạt động truyền thông, quảng bá sản phẩm trải nghiệm lại đạt 4,16 điểm, cho thấy việc quảng bá hiện nay chưa thật sự làm nổi bật các chương trình trải nghiệm cụ thể. Khả năng liên kết với các tuyến tham quan khác ở Hà Nội và tiềm năng phát triển thành tour hoàn chỉnh chỉ ở mức khá, lần lượt đạt 3,83 và 3,84 điểm. Điều này cho thấy Vạn Phúc có tiềm năng trở thành sản phẩm giáo dục trải nghiệm hấp dẫn, nhưng cần được đóng gói rõ ràng hơn về chủ đề, thời lượng, mục tiêu học tập, đối tượng khách và kết quả mong đợi sau trải nghiệm. Việc tăng cường liên kết với trường học, doanh nghiệp lân cận, bảo tàng và các làng nghề khác sẽ góp phần nâng cao giá trị sản phẩm.

2.3.5. Bảo tồn văn hóa và phát triển bền vững là nền tảng được du khách đánh giá cao

Nhóm tiêu chí về bảo tồn văn hóa và phát triển bền vững đạt điểm trung bình cao nhất, 4,18/5. Du

khách đánh giá cao vai trò của du lịch trải nghiệm trong việc nâng cao giá trị văn hóa làng nghề, góp phần bảo tồn nghề dệt lụa truyền thống và gắn với bảo vệ môi trường, cảnh quan. Điều này cho thấy du khách không chỉ quan tâm đến vui chơi hay mua sắm mà còn nhận thức rõ ý nghĩa bảo tồn và giáo dục của du lịch làng nghề. Mức độ hài lòng và ý định quay lại hoặc giới thiệu đạt 3,97/5. Đặc biệt, tiêu chí nếu có thêm hoạt động trải nghiệm phong phú hơn thì du khách sẽ quan tâm tham gia đạt 4,12 điểm. Kết quả này khẳng định nhu cầu thị trường đối với sản phẩm trải nghiệm tại Vạn Phúc là rõ rệt. Vấn đề đặt ra không phải là thiếu sự quan tâm từ du khách, mà là cần thiết kế sản phẩm sâu sắc hơn, hấp dẫn hơn và có giá trị giáo dục rõ nét hơn.

2.4. Giải pháp phát triển sản phẩm du lịch trải nghiệm theo hướng giáo dục di sản

2.4.1. Thiết kế sản phẩm trải nghiệm theo chủ đề và theo nhóm khách

Vạn Phúc cần chuyển từ mô hình tham quan – mua sắm sang mô hình trải nghiệm có cấu trúc. Các sản phẩm nên được thiết kế thành gói cụ thể như “Một giờ làm nghề nhân dệt lụa”, “Hành trình từ sợi tơ đến tấm lụa”, “Workshop vẽ hoặc in hoa văn trên lụa”, “Lớp học nhỏ về lụa Hà Đông”, “Tour kể chuyện làng lụa Vạn Phúc”. Mỗi gói cần xác định rõ mục tiêu trải nghiệm, thời lượng, địa điểm, người hướng dẫn, hoạt động chính, sản phẩm khách mang về và thông điệp giáo dục.

Bên cạnh đó, cần phân hóa sản phẩm theo nhóm khách. Với học sinh – sinh viên, sản phẩm nên nhấn mạnh giáo dục lịch sử nghề, kỹ thuật truyền thống, kỹ năng quan sát và thực hành. Với khách gia đình, nên có hoạt động nhẹ nhàng, an toàn, vui và dễ tham gia. Với khách quốc tế, cần tăng cường diễn giải văn hóa bằng song ngữ, giới thiệu câu chuyện nghề và vai trò của lụa trong văn hóa Việt Nam. Với khách trẻ, cần kết hợp trải nghiệm thủ công với không gian check-in, sáng tạo nội dung số và sản phẩm cá nhân hóa.

2.4.2. Tăng cường diễn giải di sản và học tập qua trải nghiệm

Một sản phẩm trải nghiệm có giá trị giáo dục không thể chỉ dừng ở thao tác “làm thử”. Cần xây dựng hệ thống diễn giải di sản giúp du khách hiểu được ý nghĩa của nghề lụa, lịch sử làng nghề, giá trị của hoa văn, vai trò của nghề nhân và những thách thức trong bảo tồn nghề truyền thống. Diễn giải có thể được thực hiện qua thuyết minh trực

tiếp, bảng thông tin, mã QR, video ngắn, bản đồ trải nghiệm, câu chuyện nghề nhân hoặc sổ tay trải nghiệm dành cho học sinh.

Nội dung diễn giải cần ngắn gọn, dễ hiểu, giàu hình ảnh và gắn với hoạt động cụ thể. Ví dụ, trước khi khách thử dệt hoặc in hoa văn, người hướng dẫn có thể giới thiệu ngắn về chất liệu tơ, kỹ thuật dệt, ý nghĩa của một số họa tiết. Sau hoạt động, cần có phần phản hồi để khách chia sẻ cảm nhận, từ đó biến trải nghiệm thành quá trình học tập trọn vẹn hơn.

2.4.3. Phát huy vai trò nghề nhân và cộng đồng địa phương

Nghề nhân và người dân cần được xem là chủ thể trung tâm của sản phẩm du lịch trải nghiệm. Địa phương nên xây dựng đội ngũ nghề nhân, hộ sản xuất và người trẻ tham gia hướng dẫn trải nghiệm tại chỗ. Các nghề nhân có thể đảm nhiệm vai trò trình diễn nghề, kể chuyện nghề, hướng dẫn thao tác cơ bản và giao lưu với khách. Người dân và hộ kinh doanh có thể tham gia đón khách, tổ chức không gian trải nghiệm, cung cấp sản phẩm lưu niệm và dịch vụ hỗ trợ.

Để cộng đồng tham gia hiệu quả, cần có cơ chế liên kết như nhóm hộ làm du lịch, câu lạc bộ nghề nhân, tổ hợp tác trải nghiệm lụa hoặc mô hình phối hợp giữa chính quyền, hộ sản xuất và doanh nghiệp lữ hành. Đồng thời, cần bảo đảm người dân được hưởng lợi thực chất từ du lịch, bởi lợi ích kinh tế và niềm tự hào cộng đồng là điều kiện quan trọng để duy trì sự tham gia bền vững.

2.4.4. Phát triển nhân lực hướng dẫn và tổ chức trải nghiệm

Cần tổ chức các lớp tập huấn ngắn hạn cho cộng đồng về kỹ năng giao tiếp du lịch, kể chuyện nghề, hướng dẫn thực hành, bảo đảm an toàn trong trải nghiệm, xử lý tình huống và ứng xử văn minh với du khách. Đối với lực lượng trẻ, cần bổ sung kỹ năng truyền thông số, xây dựng video ngắn, quản trị kênh mạng xã hội và hỗ trợ bán hàng trực tuyến gắn với quảng bá điểm đến.

Vạn Phúc cũng có thể hợp tác với các cơ sở đào tạo du lịch, văn hóa, mỹ thuật và thiết kế để xây dựng chương trình thực tập, học phần trải nghiệm hoặc dự án cộng đồng. Sự tham gia của sinh viên có thể tạo thêm nguồn lực hỗ trợ thuyết minh, thiết kế sản phẩm, khảo sát du khách và truyền thông điểm đến.

2.4.5. Đẩy mạnh truyền thông số và liên kết giáo dục – du lịch

Truyền thông về Vạn Phúc cần chuyển từ giới thiệu chung về làng lụa sang quảng bá rõ “du

khách sẽ được học gì, làm gì và mang về điều gì”. Các kênh mạng xã hội nên khai thác video ngắn về quy trình dệt, câu chuyện nghệ nhân, trải nghiệm của khách, sản phẩm do khách tự làm và các chương trình cuối tuần. Website hoặc trang thông tin chính thức nên có lịch trải nghiệm, giá dịch vụ, đối tượng phù hợp, cách đặt chỗ và gợi ý tour.

Về liên kết, Vạn Phúc cần kết nối với trường học, doanh nghiệp lữ hành, bảo tàng, trung tâm văn hóa và các điểm du lịch khác của Hà Nội để hình thành tour giáo dục trải nghiệm. Các sản phẩm dành cho học sinh – sinh viên có thể gắn với mục tiêu giáo dục địa phương, giáo dục di sản, hướng nghiệp nghề thủ công, kỹ thuật ứng dụng và văn hóa đô thị.

2.4.6. Gắn phát triển sản phẩm với bảo tồn văn hóa và môi trường

Phát triển du lịch trải nghiệm tại Vạn Phúc phải dựa trên nguyên tắc bảo tồn giá trị cốt lõi của nghề lụa. Hoạt động du lịch không nên làm nghề truyền thống bị sân khấu hóa quá mức hoặc biến không gian làng nghề thành khu thương mại đơn thuần. Cần giữ gìn kỹ thuật nghề, tôn vinh nghệ nhân, bảo lưu hoa văn đặc trưng, bảo vệ cảnh quan, kiểm soát vệ sinh môi trường và sắp xếp hoạt động kinh doanh theo hướng văn minh.

Bên cạnh đó, các sản phẩm trải nghiệm cần truyền tải thông điệp phát triển bền vững: tôn trọng lao động thủ công, tiêu dùng có trách nhiệm, bảo vệ môi trường làng nghề và chia sẻ lợi ích với

cộng đồng. Khi thông điệp này được lồng ghép khéo léo, du lịch Vạn Phúc không chỉ đem lại trải nghiệm vui thích mà còn góp phần hình thành thái độ tích cực của du khách đối với bảo tồn di sản.

III. KẾT LUẬN

Nghiên cứu cho thấy làng lụa Vạn Phúc có tiềm năng lớn để phát triển sản phẩm du lịch trải nghiệm theo hướng giáo dục di sản. Với nền tảng là nghề dệt lụa truyền thống, không gian văn hóa làng nghề, nghệ nhân và thương hiệu lụa Hà Đông, Vạn Phúc có khả năng trở thành một điểm đến học tập trải nghiệm đặc sắc của Hà Nội. Kết quả khảo sát 69 khách du lịch cho thấy du khách đánh giá cao giá trị văn hóa, ý nghĩa bảo tồn và tiềm năng bền vững của điểm đến; tuy nhiên, mức độ khai thác yếu tố trải nghiệm còn chưa tương xứng với tiềm năng, đặc biệt ở khía cạnh hoạt động thực hành, tính đa dạng sản phẩm và chiều sâu diễn giải.

Bài viết đề xuất rằng phát triển sản phẩm du lịch trải nghiệm tại Vạn Phúc cần đi theo hướng thiết kế sản phẩm có chủ đề, tăng cường học tập qua thực hành, phát huy vai trò nghệ nhân và cộng đồng, nâng cao năng lực hướng dẫn tại chỗ, đẩy mạnh truyền thông số và gắn chặt khai thác du lịch với bảo tồn văn hóa. Nếu được triển khai đồng bộ, Vạn Phúc không chỉ nâng cao sức hấp dẫn du lịch mà còn trở thành không gian giáo dục di sản sống động, góp phần nuôi dưỡng tình yêu văn hóa truyền thống và ý thức bảo tồn làng nghề trong cộng đồng du khách, đặc biệt là thế hệ trẻ.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Trần Thúy Anh. (2019). Du lịch văn hóa: Những vấn đề lý luận và nghiệp vụ. Nhà xuất bản Giáo dục Việt Nam.
- Trần Thị Vân Anh. (2020). Du lịch trải nghiệm – xu hướng phát triển sản phẩm du lịch hiện nay. Tạp chí Kinh tế và Phát triển, (278), 68–74.
- Lê Hữu Nhân. (2016). Phát triển du lịch làng nghề truyền thống ở Việt Nam. Tạp chí Du lịch, (6), 24–27.
- Nguyễn Thị Phương Nga. (2015). Phát triển du lịch bền vững. Nhà xuất bản Bách khoa Hà Nội.
- Nguyễn Văn Mạnh, & Phạm Hồng Chương. (2010). Quản trị kinh doanh lữ hành. Nhà xuất bản Đại học Kinh tế Quốc dân.
- Phạm Quốc Sử. (2007). Phát triển du lịch làng nghề. Nhà xuất bản Văn hóa – Thông tin.
- Bùi Thị Hải Yến. (2012). Du lịch cộng đồng. Nhà xuất bản Giáo dục Việt Nam.
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1998). Welcome to the experience economy. Harvard Business Review, 76(4), 97–105.
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (1999). The experience economy: Work is theatre and every business a stage. Harvard Business School Press.
- Richards, G. (2018). Cultural tourism: A review of recent research and trends. Journal of Hospitality and Tourism Management, 36, 12–21. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2018.03.005>
- Richards, G., & Raymond, C. (2000). Creative tourism. ATLAS News, 23, 16–20.
- Stamboulis, Y., & Skayannis, P. (2003). Innovation strategies and technology for experience-based tourism. Tourism Management, 24(1), 35–43. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(02\)00047-X](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(02)00047-X)