

Làng nghề gạch, gốm Mang Thít: từ Di sản Văn hóa đến Sản phẩm Du lịch đặc thù

Hồ Quang Sinh^{1,*}, Nguyễn Đường Giang^{2,**}

¹Khách sạn Kim Đô, ²Trường Đại học Nguyễn Tất Thành

*quangsinhsgt@gmail.com, **ndgiang@ntt.edu.vn

Tóm tắt

Mang Thít (Vĩnh Long) là vùng đất nổi tiếng với làng nghề gạch, gốm đồ truyền thống đã tồn tại hơn 100 năm. Trong bối cảnh phát triển du lịch văn hóa bền vững, việc khai thác giá trị văn hóa của làng nghề này để xây dựng sản phẩm du lịch đặc thù được xem là hướng đi phù hợp. Nghiên cứu này sử dụng phương pháp phân tích tài liệu và phỏng vấn chuyên sâu nhằm đánh giá giá trị văn hóa của di sản gạch – gốm Mang Thít, phân tích tiềm năng – thách thức, từ đó đề xuất định hướng và mô hình phát triển du lịch đặc thù. Kết quả cho thấy, để phát triển du lịch bền vững tại Mang Thít, cần có sự tích hợp giữa bảo tồn di sản, phát triển cộng đồng và sáng tạo sản phẩm du lịch mới gắn với giá trị văn hóa truyền thống.

© 2025 Journal of Science and Technology - NTTU

Nhận: 01/6/2025

Được duyệt: 29/8/2025

Công bố 28/09/2025

Từ khóa

gốm đồ, giá trị văn hóa, sản phẩm du lịch đặc thù, làng nghề, lợi thế cạnh tranh

1 Giới thiệu

Trong xu thế phát triển kinh tế xanh và bền vững, du lịch không chỉ là ngành kinh tế mũi nhọn mà còn là công cụ bảo tồn và phát huy các giá trị văn hóa đặc trưng của địa phương [1]. Huyện Mang Thít – tỉnh Vĩnh Long – là vùng đất nổi tiếng với làng nghề gạch, gốm đồ truyền thống đã tồn tại hơn 100 năm, được biết đến như một “vương quốc gốm đồ” với gần 1 000 lò gạch truyền thống trải dọc theo kênh Thầy Cai và sông Cổ Chiên. Nơi đây từng là thủ phủ sản xuất gạch, gốm lớn nhất Đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL), với thời kỳ hoàng kim có tới 3 000 lò nung trải khắp 30 km trên địa bàn Vĩnh Long và các huyện lân cận như Long Hồ, Mang Thít. Từ những năm 1980, làng nghề đã tạo việc làm cho 12 000 lao động, sản phẩm gạch, gốm được xuất khẩu sang nhiều thị trường quốc tế như EU, Mỹ, Đài Loan, Hàn Quốc.

"Vương quốc gốm đồ Mang Thít" tại Vĩnh Long không chỉ là một làng nghề truyền thống, mà còn là một không gian di sản văn hóa độc đáo, mang đậm dấu ấn lịch sử và bản sắc của vùng ĐBSCL. Tuy nhiên, trong bối cảnh ngành sản xuất gạch gốm truyền thống đang đối mặt

với nhiều thách thức về kinh tế và môi trường, việc tìm kiếm hướng đi mới để vừa bảo tồn di sản, vừa tạo sinh kế bền vững cho người dân trở nên cấp thiết. Từ sau năm 2000, làng nghề phải đối mặt với nhiều khó khăn khi chi phí sản xuất tăng, nhu cầu tiêu dùng giảm, và đặc biệt là vấn đề môi trường ngày càng được chú trọng. Hiện chỉ còn khoảng 800 lò gạch, tập trung nhiều nhất ở ven kênh Thầy Cai đến đoạn giáp sông Cổ Chiên.

Phát triển du lịch văn hóa, đặc biệt là việc khai thác giá trị văn hóa của làng nghề để xây dựng các sản phẩm du lịch đặc thù dựa trên chính những giá trị cốt lõi của "vương quốc gốm đồ Mang Thít", nổi lên như một giải pháp tiềm năng, được xem là hướng đi phù hợp. Bài nghiên cứu sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính, phỏng vấn sâu các chuyên gia về du lịch cũng như các nghệ nhân làm gốm, các doanh nghiệp lữ hành để hiểu rõ những khó khăn, vướng mắc trong quá trình phát triển du lịch văn hóa; đồng thời kết hợp phân tích SWOT để nhận diện đầy đủ các yếu tố ảnh hưởng đến sự tồn tại và phát triển của làng nghề gạch, gốm Mang Thít. Việc khai thác giá trị văn hóa của Mang Thít cho du lịch không thể chỉ dừng lại ở việc đưa khách đến

tham quan tự phát hay cung cấp các dịch vụ cơ bản. Để thực sự phát huy tiềm năng, thu hút đúng đối tượng du khách, giữ chân họ lâu hơn và tăng chi tiêu, đồng thời đảm bảo không làm tổn hại đến di sản và môi trường, cần phải xây dựng những sản phẩm du lịch đặc thù. Những sản phẩm này phải được thiết kế dựa trên sự thấu hiểu sâu sắc các giá trị văn hóa cốt lõi, biến chúng thành những trải nghiệm độc đáo, chân thực và có ý nghĩa cho du khách.

2 Cơ sở lý luận

2.1 Mối quan hệ giữa văn hóa và du lịch

Du lịch không đơn thuần là hoạt động kinh tế mà còn là một hình thái giao lưu văn hóa đặc thù. Sản phẩm du lịch là một loại hàng hóa đặc biệt, trong đó “giá trị văn hóa” đóng vai trò quyết định đến chất lượng và khả năng thu hút du khách [1]. Văn hóa không chỉ là đối tượng khai thác mà còn là động lực phát triển du lịch, đặc biệt trong bối cảnh hội nhập. Mối quan hệ hữu cơ giữa văn hóa và du lịch được thể hiện qua việc du lịch là phương tiện hiệu quả để bảo tồn và phát huy các giá trị di sản văn hóa, đồng thời nâng cao nhận thức cộng đồng về tầm quan trọng của chúng.

Du lịch di sản văn hóa là một công cụ quan trọng trong việc chuyển giao văn hóa và đảm bảo tính bền vững của ngành du lịch [2]. Vai trò của du lịch là nâng cao nhận thức cộng đồng và thúc đẩy các hành động bảo vệ di sản văn hóa [3]. Do đó, sự kết hợp giữa du lịch và di sản văn hóa không chỉ mang lại lợi ích về mặt văn hóa mà còn đóng góp đáng kể vào phát triển kinh tế địa phương. Việc khai thác các di sản văn hóa trong du lịch giúp tạo ra việc làm, tăng thu nhập và thúc đẩy các ngành nghề truyền thống. Việc sử dụng di sản văn hóa trong du lịch là một chiến lược hiệu quả để thúc đẩy phát triển kinh tế vùng [4]. Tuy nhiên, để đảm bảo sự phát triển bền vững, cần có các chính sách và quy hoạch hợp lý, nhằm cân bằng giữa khai thác du lịch và bảo tồn di sản văn hóa.

2.2 Du lịch đặc thù và sản phẩm du lịch đặc thù

Du lịch đặc thù (Special Interest Tourism - SIT) là hình thức du lịch tập trung vào những nhu cầu và sở thích cụ thể của từng nhóm du khách, thường liên quan đến các hoạt động như du lịch ẩm thực, du lịch sinh thái, du lịch mạo hiểm, du lịch tâm linh, hoặc du lịch di sản. Khác với du lịch đại trà, SIT hướng đến việc tạo ra những trải nghiệm sâu sắc, mang tính cá nhân hóa cao, đáp ứng nhu cầu khám phá và học hỏi của du khách. SIT không

chỉ giúp đa dạng hóa sản phẩm du lịch mà còn góp phần vào phát triển bền vững thông qua việc thúc đẩy sự hiểu biết văn hóa, bảo tồn môi trường và hỗ trợ cộng đồng địa phương [5]. Việc xác định đúng đối tượng khách hàng và thiết kế sản phẩm phù hợp là yếu tố then chốt để đảm bảo sự thành công và tính bền vững của du lịch đặc thù [6]. Trong đó, sản phẩm du lịch đặc thù là những trải nghiệm độc đáo, không thể sao chép, phản ánh đặc trưng văn hóa – địa lý của một vùng đất

2.3 Làng nghề truyền thống như một tài nguyên văn hóa

Làng nghề không chỉ là đơn vị kinh tế truyền thống mà còn là một thực thể văn hóa xã hội, nơi tích tụ các giá trị tinh thần, kỹ nghệ, và biểu tượng bản sắc dân tộc [7]. Việc khai thác du lịch gắn với làng nghề thủ công truyền thống được xem là giải pháp bền vững giúp bảo tồn văn hóa và phát triển kinh tế địa phương [8]. Tuy nhiên, để du lịch di sản thực sự mang lại lợi ích kinh tế cho người dân bản địa, cần có chính sách rõ ràng nhằm đảm bảo công bằng trong phân phối lợi ích, tránh tình trạng người dân chỉ đóng vai trò “phông nền” mà không được hưởng lợi thực sự từ hoạt động du lịch [9].

Các nhà hoạch định chính sách trong tương lai được khuyến khích áp dụng quan điểm toàn diện về lợi ích cùng với tác hại đối với sự phát triển du lịch di sản bền vững [10]. Việc đảm bảo sự tham gia tích cực của cộng đồng địa phương trong quá trình quản lý di sản văn hóa là yếu tố quyết định đến sự thành công và bền vững của du lịch di sản. Ngoài ra, việc tham gia giúp người dân bản địa trở thành chủ thể trong bảo tồn di sản, thay vì chỉ là người thụ hưởng thụ động [11].

2.4 Phân tích, so sánh làng nghề gạch, gốm Mang Thít (Vĩnh Long) với một số làng nghề gạch, gốm truyền thống ở khu vực như làng gốm Lái Thiêu (Bình Dương cũ) và làng gốm Biên Hòa (Đồng Nai).

Để nhận diện và luận giải một cách khoa học các giá trị đặc thù của làng nghề gạch gốm Vĩnh Long, việc đặt nó trong một hệ quy chiếu so sánh với các trung tâm gốm truyền thống khác tại Nam Bộ là một bước đi cần thiết. Làng gốm Lái Thiêu (Bình Dương cũ) và làng gốm Biên Hòa (Đồng Nai), với những bản sắc và quỹ đạo phát triển riêng biệt, sẽ là những đối tượng so sánh phù hợp để làm nổi bật tiềm năng và định hướng phát triển du lịch cho "vương quốc gạch đỏ" Vĩnh Long.

2.4.1 Làng gốm Lái Thiêu: từ trung tâm gốm gia dụng đến di sản cần bảo tồn

Hình thành từ giữa thế kỷ 19 bởi cộng đồng người Hoa, làng gốm Lái Thiêu nhanh chóng xác lập vị thế là trung tâm sản xuất gốm gia dụng hàng đầu của Nam Kỳ lục tỉnh. Với lợi thế về nguồn đất sét cao lanh và vị trí giao thương thuận lợi trên sông Sài Gòn, Lái Thiêu đã phát triển mạnh mẽ, chuyên sản xuất các dòng sản phẩm phục vụ đời sống hàng ngày như lu, hũ, tô, chén, đĩa. Đặc trưng của gốm Lái Thiêu là kỹ thuật sử dụng các dòng men màu rực rỡ (xanh coban, lục, vàng nâu) trên nền men trắng hoặc da lươn, với các họa tiết trang trí dân gian mang đậm dấu ấn văn hoá Trung Hoa như “tô con gà” hay các tích tuồng cổ. Tuy nhiên, mô hình phát triển dựa trên sản xuất hàng tiêu dùng đại chúng này đang đối mặt với những thách thức nghiêm trọng trong bối cảnh hiện đại. Quá trình đô thị hoá nhanh chóng, cùng với sự cạnh tranh khốc liệt từ các sản phẩm công nghiệp giá rẻ và sự đứt gãy trong việc truyền nghề cho thế hệ kế cận đang khiến làng gốm Lái Thiêu đứng trước nguy cơ mai một.

2.4.2 Làng gốm Biên Hoà: dấu ấn của nghệ thuật và sự giao thoa văn hóa

Khác với mô hình sản xuất của Lái Thiêu, gốm Biên Hoà lại định hình con đường phát triển riêng biệt, gắn liền với nghệ thuật và học thuật. Sự ra đời của Trường Mỹ nghệ thực hành Biên Hoà (École d'Art et de Céramique de Biên Hoà) vào năm 1903 được xem là nhân tố quyết định, đặt nền móng cho một dòng gốm mỹ thuật độc đáo, kết hợp hài hoà giữa kỹ thuật phương Tây và tinh hoa mỹ thuật phương Đông. Gốm Biên Hoà không tập trung vào sản phẩm gia dụng mà hướng đến các tác phẩm trang trí có giá trị nghệ thuật cao như đèn voi, tượng, bình hoa, phù điêu. Điểm đặc trưng nhất của gốm Biên Hoà là sự sáng tạo trong kỹ thuật chế tác men, nổi tiếng với dòng men xanh đồng (vert de Bien Hoa) và men trắng rạn, kết hợp với kỹ thuật khắc chìm và vẽ men chảy. Mô hình phát triển của Biên Hoà cho thấy con đường nâng tầm sản phẩm thủ công thành các tác phẩm nghệ thuật có giá trị gia tăng cao, từ đó tạo ra một thị trường ngách và một thương hiệu độc đáo.

2.4.3 Giá trị khác biệt của Làng gạch gốm Vĩnh Long cho phát triển du lịch

Đặt trong sự so sánh với Lái Thiêu và Biên Hoà, giá trị cốt lõi và tiềm năng du lịch của làng nghề gạch gốm Vĩnh Long hiện lên một cách khác biệt và duy nhất. Nếu gốm Lái Thiêu đại diện cho giá trị sử dụng dân gian và gốm Biên Hoà đại diện cho giá trị nghệ thuật tinh hoa, thì gốm Vĩnh Long đại diện cho giá trị cảnh

quan kiến trúc công nghiệp. Sức hấp dẫn của Vĩnh Long không nằm ở sự tinh xảo của một sản phẩm đơn lẻ, mà đến từ các yếu tố sau:

1. Cảnh quan quy mô công nghiệp độc đáo: hàng trăm lò gạch nằm san sát, trải dài hàng chục cây số ven sông Cổ Chiên và các kênh rạch, tạo nên một quần thể kiến trúc công nghiệp ấn tượng. Các nghiên cứu về du lịch đã chỉ ra rằng các cảnh quan sản xuất quy mô lớn có sức hấp dẫn đặc biệt, mang lại trải nghiệm về sự hoành tráng và quy trình lao động mà các làng nghề thủ công nhỏ lẻ không có được. Những "lâu đài đỏ" (red castles) này, như cách gọi của du khách, chính là một tài sản du lịch cảnh quan độc nhất vô nhị.

2. Tính chân thực (Authenticity) của quy trình sản xuất: du lịch tại Vĩnh Long cho phép du khách trải nghiệm một cách chân thực toàn bộ vòng đời của sản phẩm, từ khâu khai thác đất sét, tạo hình thủ công, đến quy trình nung đốt trong các lò gạch truyền thống và cuối cùng là cảnh vận chuyển gốm bằng ghe, thuyền trên sông nước. Theo các lý thuyết về trải nghiệm du, tính chân thực và sự tham gia vào quy trình là yếu tố cốt lõi tạo ra những trải nghiệm đáng nhớ và có giá trị cao [12].

3. Sự gắn kết hữu cơ với văn hóa sông nước: làng gạch gốm Vĩnh Long không thể tách rời khỏi bối cảnh sông nước Cửu Long. Các lò gạch mọc lên ven sông để thuận tiện cho việc vận chuyển nguyên liệu và sản phẩm. Cuộc sống của những người thợ gốm gắn liền với con nước, con thuyền. Do đó, việc phát triển du lịch tại đây không chỉ là tham quan làng nghề, mà còn là một hành trình khám phá văn hóa sông nước, tạo ra một sản phẩm du lịch tích hợp, đa dạng và sâu sắc.

Nhằm bảo tồn và nâng tầm làng nghề, UBND tỉnh Vĩnh Long đã phê duyệt “Đề án Di sản đương đại Mang Thít”, hướng tới biến Mang Thít thành một vùng di sản đương đại đặc sắc. Từ phân tích trên, có thể khẳng định rằng, trong khi gốm Lái Thiêu và Biên Hoà đã định hình thương hiệu của mình dựa trên giá trị của sản phẩm cuối cùng, làng gạch gốm Vĩnh Long lại sở hữu một tiềm năng du lịch hoàn toàn khác biệt, dựa trên giá trị cảnh quan, quy trình sản xuất và sự gắn kết với văn hóa địa phương. Đây chính là lợi thế cạnh tranh cốt lõi mà các địa phương khác khó có thể sao chép, tạo ra một định vị vững chắc cho du lịch Vĩnh Long trên bản đồ du lịch di sản công nghiệp và du lịch trải nghiệm của khu vực.

3 Phương pháp nghiên cứu

Nghiên cứu sử dụng phương pháp định tính, bao gồm phân tích tài liệu thứ cấp thu thập từ các bài nghiên cứu trong và ngoài nước về phát triển du lịch làng nghề, du lịch văn hóa. Phỏng vấn sâu được thực hiện với 04 đối tượng như nghệ nhân làng gốm (02 người), cán bộ quản lý của địa phương (02 người), nhà báo nghiên cứu lĩnh vực du lịch (02 người), và đại diện doanh nghiệp lữ hành (03 người). Mục đích của phỏng vấn sâu là để hiểu rõ những khó khăn, vướng mắc trong quá trình phát triển du lịch văn hóa, cũng như thu thập các ý kiến chủ quan và khách quan về tiềm năng phát triển du lịch Mang Thít. Nghiên cứu này nhằm giải quyết câu hỏi chính: *Làm thế nào để khai thác hiệu quả giá trị văn hóa làng nghề gạch – gốm Mang Thít trong xây dựng sản phẩm du lịch đặc thù?*

4 Kết quả nghiên cứu

Dưới đây là các điểm thống nhất quan trọng nhất được rút ra từ kết quả phỏng vấn sâu các nghệ nhân làng gốm, cán bộ quản lý của địa phương, nhà báo nghiên cứu lĩnh vực du lịch và các đại diện doanh nghiệp lữ hành.

4.1 Bảo tồn tính chân thực (Authenticity) là giá trị cốt lõi và không thể đánh đổi. Đây là điểm đồng thuận lớn nhất và quan trọng nhất. Dù ở góc độ nào, tất cả đều nhận ra rằng sức hấp dẫn đặc biệt của Mang Thít đến từ sự nguyên bản và chân thật.

Các nghệ nhân gọi đó là "cái hồn" của nghề, là quy trình lao động thực sự chứ không phải một màn trình diễn. Trong khi đó, các nhà báo xác định "câu chuyện chân thực" về một làng nghề sống động là yếu tố quyết định để tạo ra nội dung truyền thông hấp dẫn. Các doanh nghiệp lữ hành hiểu rằng chính tính chân thực này mới thu hút được các thị trường khách chất lượng cao, những người tìm kiếm trải nghiệm độc đáo. Nhà quản lý cũng đặt việc "bảo tồn" di sản và cảnh quan lên hàng đầu trong quy hoạch. Tất cả đều thống nhất rằng, mọi hoạt động phát triển du lịch đều không được làm mai một hay sân khấu hóa giá trị cốt lõi này.

4.2 Phát triển phải có quy hoạch bài bản và sự quản lý đồng bộ.

Một thương hiệu điểm đến chỉ có thể được xây dựng và duy trì một cách bền vững thông qua một chiến lược được quản lý và định hướng thống nhất. Nhà quản lý địa phương trực tiếp đề xuất phải có một quy hoạch tổng thể và một ban quản lý để điều phối. Cùng với đó, các doanh nghiệp lữ hành rất cần sự quy hoạch này để

đảm bảo các vấn đề về logistics, an toàn và có một đầu mối làm việc chuyên nghiệp. Đặc biệt, các nghệ nhân cũng cần một cơ chế quản lý rõ ràng để bảo vệ không gian sản xuất và đảm bảo quyền lợi của mình được phân chia công bằng. Tóm lại, tất cả đều thấy sự cần thiết của một "nhạc trưởng" (Ban quản lý, chính quyền) để điều phối các hoạt động một cách hài hòa.

4.3 Cần nâng tầm du lịch từ tham quan đơn thuần thành trải nghiệm tương tác. Tất cả các góc nhìn đều vượt ra khỏi lối mòn của du lịch tham quan truyền thống.

Các doanh nghiệp lữ hành muốn "đóng gói" những hoạt động này thành các sản phẩm tour trải nghiệm cụ thể, có chiều sâu. Nhà báo nhấn mạnh việc phải tạo ra những "điểm chạm cảm xúc" và những hoạt động sáng tạo để du khách có thể "sống" trong không gian di sản. Các nhà quản lý cũng nhận thấy cần đầu tư hạ tầng và cơ chế để hỗ trợ cho các hoạt động trải nghiệm này. Sự thống nhất này cho thấy hướng đi của Mang Thít phải là du lịch trải nghiệm (experiential tourism), nơi du khách là một phần của câu chuyện. Do đó, các nghệ nhân cũng nhận ra rằng du khách không chỉ "xem", mà còn phải được "chạm" và "làm thử" thông qua các lớp học truyền nghề.

4.4 Cộng đồng địa phương phải là chủ thể trung tâm và là người hưởng lợi chính. Đây là một nguyên tắc phát triển bền vững được tất cả các bên thừa nhận.

Các doanh nghiệp lữ hành hiểu rằng để có dịch vụ tốt và bền vững, họ cần xây dựng một chuỗi cung ứng dịch vụ tại chỗ (thuyền, ăn uống, homestay), nghĩa là lợi ích phải được chia sẻ với cộng đồng. Do đó, các nghệ nhân trực tiếp yêu cầu lợi ích phải được chia sẻ công bằng và cuộc sống của họ phải được tôn trọng. Dẫn đến, các nhà quản lý địa phương có mục tiêu nâng cao sinh kế cho người dân thông qua các chính sách hỗ trợ. Các nhà báo cũng thấy rằng câu chuyện hấp dẫn nhất chính là câu chuyện về con người và cộng đồng nơi đây. Tất cả đều thống nhất rằng không thể phát triển một mô hình du lịch mà ở đó cộng đồng bị đẩy ra bên lề và lợi ích chỉ chảy vào túi các nhà đầu tư từ bên ngoài.

Sự hội tụ của bốn góc nhìn đã phác họa nên một con đường phát triển du lịch lý tưởng cho Mang Thít: bảo tồn sự chân thực làm gốc, dựa trên một quy hoạch bài bản, lấy trải nghiệm làm phương thức và đặt cộng đồng vào vị trí trung tâm. Đây chính là công thức cho sự phát triển bền vững, đảm bảo hài hòa lợi ích giữa bảo tồn di sản, phát triển kinh tế và nâng cao đời sống người dân.

4.5 Phân tích SWOT về tiềm năng du lịch Mang Thít

Yếu tố	Nội dung
Điểm mạnh (Strengths)	- Di sản văn hóa lâu đời và độc đáo: làng nghề gạch, gốm Mang Thít có lịch sử hơn 200 năm, nổi bật với hệ thống lò gạch truyền thống xây dựng theo kiến trúc hình trụ đặc trưng, tạo nên cảnh quan độc đáo ven sông Cổ Chiên. Đây là một trong những trung tâm sản xuất gạch, gốm lớn nhất ĐBSCL, từng xuất khẩu sản phẩm ra nhiều quốc gia. - Nguồn nguyên liệu địa phương dồi dào: vùng đất ven sông với lớp đất sét đỏ phong phú tạo điều kiện thuận lợi cho việc sản xuất gạch, gốm chất lượng cao. - Kỹ năng thủ công truyền thống: nghệ nhân địa phương sở hữu kỹ thuật sản xuất gạch, gốm thủ công tinh xảo, góp phần tạo nên sản phẩm có giá trị thẩm mỹ và văn hóa cao. - Tiềm năng phát triển du lịch văn hóa: cảnh quan làng nghề với hàng trăm lò gạch cổ tạo nên một không gian hấp dẫn cho du lịch trải nghiệm và nhiếp ảnh.
Điểm yếu (Weaknesses)	- Ô nhiễm môi trường: phương pháp sản xuất truyền thống sử dụng nhiên liệu như củi, trấu gây ra khói bụi, ảnh hưởng đến môi trường và sức khỏe cộng đồng. - Thiếu đổi mới công nghệ: nhiều cơ sở sản xuất vẫn sử dụng công nghệ lạc hậu, hiệu suất thấp, khó cạnh tranh với sản phẩm công nghiệp hiện đại. - Suy giảm lực lượng lao động lành nghề: giới trẻ ít quan tâm đến nghề truyền thống do thu nhập thấp và điều kiện làm việc khắc nghiệt, dẫn đến nguy cơ mai một kỹ năng truyền thống. - Thiếu chiến lược phát triển du lịch bài bản: hoạt động du lịch tại làng nghề còn mang tính tự phát, thiếu sự đầu tư và quy hoạch tổng thể.
Cơ hội (Opportunities)	- Chính sách hỗ trợ từ chính quyền: Ủy ban Nhân dân tỉnh Vĩnh Long đã phê duyệt quy hoạch bảo tồn và phát triển khu lò gạch, gốm Mang Thít đến năm 2045, nhằm biến nơi đây thành điểm đến du lịch văn hóa cấp quốc gia. - Xu hướng du lịch trải nghiệm và di sản: du khách ngày càng quan tâm đến trải nghiệm văn hóa và lịch sử, tạo cơ hội cho làng nghề phát triển các sản phẩm du lịch độc đáo. - Phát triển thương mại điện tử: việc ứng dụng công nghệ số và thương mại điện tử có thể mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm gạch, gốm truyền thống. - Hợp tác công – tư trong bảo tồn và phát triển: các dự án hợp tác giữa chính quyền, doanh nghiệp và cộng đồng có thể huy động nguồn lực để bảo tồn và phát huy giá trị làng nghề.
Thách thức (Threats)	- Cạnh tranh từ sản phẩm công nghiệp: sự phát triển của gạch không nung và sản phẩm gốm công nghiệp với giá thành rẻ và mẫu mã đa dạng gây áp lực lớn lên sản phẩm truyền thống. - Biến đổi khí hậu và thiên tai: khu vực ĐBSCL đối mặt với nguy cơ xâm nhập mặn, sạt lở và lũ lụt, ảnh hưởng đến nguồn nguyên liệu và hoạt động sản xuất. - Đô thị hóa và thay đổi quy hoạch: quá trình đô thị hóa có thể dẫn đến việc thu hẹp diện tích làng nghề, ảnh hưởng đến không gian sản xuất và sinh hoạt truyền thống. - Thiếu nguồn nhân lực kế thừa: sự thiếu hụt thế hệ kế thừa có thể dẫn đến mất mát kỹ năng và tri thức truyền thống, ảnh hưởng đến sự phát triển bền vững của làng nghề.

Phân tích SWOT trên cho thấy làng nghề gạch, gốm Mang Thít sở hữu nhiều tiềm năng phát triển nhưng cũng đối mặt với không ít thách thức. Việc bảo tồn và phát triển làng nghề cần sự phối hợp chặt chẽ giữa chính quyền, cộng đồng và các bên liên quan, nhằm khai thác hiệu quả các điểm mạnh, khắc phục điểm yếu,

tận dụng cơ hội và đối phó với thách thức. Việc khai thác giá trị văn hóa trong xây dựng sản phẩm du lịch không chỉ góp phần bảo tồn và phát huy bản sắc văn hóa mà còn tạo ra những cơ hội phát triển kinh tế bền vững cho cộng đồng địa phương.

5 Đề xuất giải pháp

Mang Thít cần có sự quy hoạch lại không gian du lịch gắn với làng nghề, đặc biệt là nghề gốm truyền thống, có vai trò như một di sản văn hóa để làm điểm tựa quan trọng nhằm bảo tồn và phát huy giá trị tài nguyên gắn với xây dựng sản phẩm du lịch đặc trưng có tiềm năng theo hướng phát triển du lịch bền vững. Đồng thời, cần kết hợp với du lịch sinh thái miệt vườn là một trong những thế mạnh tạo nên các giải pháp cụ thể bao gồm:

5.1 Xây dựng Chương trình "Di sản Sống - Trải nghiệm Chân thực"

Mục tiêu của giải pháp này là bảo vệ "linh hồn" của làng nghề, biến sự mộc mạc, nguyên bản thành tài sản du lịch quý giá nhất, tránh rơi vào vết xe đổ của sự "sân khấu hóa" di sản. Xây dựng "Bảo tàng sống" tại các lò gạch đang hoạt động bằng cách hợp tác với các chủ lò để thiết kế các tuyến tham quan an toàn ngay trong khu vực sản xuất. Du khách sẽ được chứng kiến toàn bộ quy trình làm gạch gồm một cách chân thực, từ khâu xử lý đất sét, vào khuôn, cho đến kỹ thuật nung đốt và vận chuyển. Thiết lập các "Điểm kể chuyện Di sản" đồng thời chuẩn hóa bộ nhận diện sản phẩm lưu niệm có bản sắc.

5.2 Thành lập Ban Quản lý và Vận hành Du lịch Cộng đồng

Mục tiêu là tạo ra một "nhạc trưởng" để điều phối các hoạt động du lịch một cách chuyên nghiệp, đồng bộ, tránh tình trạng phát triển tự phát và xung đột lợi ích. Thành lập Hợp tác xã hoặc Ban Quản lý Du lịch Di sản Mang Thít nhằm xây dựng một tổ chức pháp nhân với sự tham gia của đại diện các chủ lò, chính quyền địa phương và các chuyên gia tư vấn.

5.3 Phát triển chuỗi Sản phẩm Du lịch Sáng tạo và Tương tác

Mục tiêu là biến làng gạch thành một điểm đến trải nghiệm đa dạng, giữ chân du khách ở lại lâu hơn và chi

tiêu nhiều hơn, thay vì chỉ là một điểm tham quan ngắn. Thiết kế các tour trải nghiệm theo chủ đề và Xây dựng các không gian dịch vụ sáng tạo.

5.4 Xây dựng Mô hình Du lịch dựa vào Cộng đồng và Chia sẻ Lợi ích

Mục tiêu là đảm bảo sự phát triển du lịch mang lại lợi ích trực tiếp, công bằng cho người dân địa phương, biến họ thành chủ thể thực sự của hoạt động du lịch. Thiết lập Quỹ Phát triển Cộng đồng từ Du lịch đồng thời tổ chức các chương trình đào tạo và nâng cao năng lực tại chỗ.

6 Kết luận

Du lịch văn hóa, đặc biệt là việc xây dựng các sản phẩm du lịch đặc thù dựa trên chính những giá trị cốt lõi của "vương quốc gốm", nổi lên như một giải pháp tiềm năng. Với việc sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính phỏng vấn sâu các chuyên gia về du lịch cũng như các nghệ nhân làm gốm, các doanh nghiệp lữ hành để hiểu rõ những khó khăn, vướng mắc trong quá trình phát triển du lịch văn hóa; đồng thời kết hợp phân tích SWOT để nhận diện đầy đủ các yếu tố ảnh hưởng đến sự phát triển của làng nghề gạch gốm Mang Thít.

Việc khai thác giá trị văn hóa của Mang Thít cho du lịch không thể chỉ dừng lại ở việc đưa khách đến tham quan tự phát hay cung cấp các dịch vụ cơ bản. Để thực sự phát huy tiềm năng, thu hút đúng đối tượng du khách, giữ chân họ lâu hơn và tăng chi tiêu, đồng thời đảm bảo không làm tổn hại đến di sản và môi trường, cần một chiến lược phát triển du lịch gắn với bảo tồn, nâng cao vai trò cộng đồng và sáng tạo sản phẩm du lịch mới, xây dựng những sản phẩm du lịch đặc thù. Những sản phẩm này phải được thiết kế dựa trên sự thấu hiểu sâu sắc các giá trị văn hóa cốt lõi, biến chúng thành những trải nghiệm độc đáo, chân thực và có ý nghĩa cho du khách.

Tài liệu tham khảo

1. Huỳnh Quốc Thắng (2024). *Văn hóa du lịch và du lịch văn hóa*. Nhà xuất bản Khoa học Xã hội, Hà Nội.
2. Geçikli, R. M., Turan, O., Lachytová, L., Dağlı, E., Kasalak, M. A., Uğur, S. B., & Guven, Y. (2024). Cultural Heritage Tourism and Sustainability: A Bibliometric Analysis. *Sustainability*, 16(15), 6424. <https://doi.org/10.3390/su16156424>.
3. Ólafsdóttir, R., & Tverijonaite, E. (2018). Geotourism: A systematic literature review. *Geosciences*, 8(7), 234. <https://doi.org/10.3390/geosciences8070234>
4. Castellano, R., & Del Río, J. F. (2019). Heritage tourism and local prosperity: An empirical investigation of their controversial relationship. *Tourism Economics*, 0(0). <https://doi.org/10.1177/13548166241234099>
5. Douglas, N., Douglas, N., & Derrett, R. (2001). *Special Interest Tourism: Context and Cases*. Wiley, London.
6. McKercher, B., & Chan, A. (2005); Trauer, 2006. How special is special interest tourism? *Journal of Travel Research*, 44(1), 21-31. <https://doi.org/10.1177/0047287505276588>
7. Lê Thị Minh Lý (2003). Làng nghề và việc bảo tồn các giá trị văn hóa phi vật thể. *Tạp chí Di sản văn hoá*.
8. Hoàng Văn Châu, Phạm Thị Hoàng Yến, và Lê Thị Thu Hà (2007). *Làng nghề du lịch Việt Nam (Sách chuyên khảo)*, NXB Thống kê, Hà Nội.
9. Chirikure, S., Manyanga, M., Ndoro, W., & Pwiti, G. (2010). Unfulfilled promises? Heritage management and community participation at some of Africa's cultural heritage sites. *International Journal of Heritage Studies*, 16(1-2), 30-44.
10. Brooks, C., Waterton, E., Saul, H., & Renzaho, A. (2023). Exploring the relationships between heritage tourism, sustainable community development and host communities' health and wellbeing: A systematic review. *PLoS ONE*, 18(3).
11. Timothy, D. J., & Boyd, S. W. (2003). *Heritage Tourism*. Prentice Hall, Harlow.
12. Pine II, B.J. and Gilmore, J.H. (1999). *The Experience Economy*. Harvard Business School Press, Boston.

Mang Thit Pottery Village: From Cultural Heritage to Unique Tourism Product

Ho Quang Sinh^{1,*}, Nguyen Duong Giang^{2,**}

¹Kim Do Hotel, ²Nguyen Tat Thanh University

*quangsinhsgt@gmail.com, **ndgiang@ntt.edu.vn

Abstract Mang Thit – a district of Vinh Long province – is famous for its traditional red brick and pottery craft village that have existed for more than 200 years. In the context of sustainable cultural tourism development, exploiting the cultural values of this craft village to build unique tourism products is considered a suitable direction. This study used document analysis and in-depth interviews to assess the cultural values of Mang Thit brick and pottery heritage, analyze potentials and challenges, and thereby proposing orientations and models for unique tourism development. The results show that to develop sustainable tourism in Mang Thit, it is necessary to integrate heritage conservation, community development and creation of new tourism products associated with traditional cultural values.

Keywords Red pottery, Cultural value, unique tourism product, craft village, competitive advantages

