

QUẢN LÝ VÀ TỔ CHỨC HOẠT ĐỘNG CÁC LÀNG NGHỀ GẮN VỚI PHÁT TRIỂN DU LỊCH TRÊN ĐỊA BÀN TỈNH THANH HÓA

● **NGUYỄN ĐỨC THẮNG**

TÓM TẮT:

Trong các sản phẩm du lịch của tỉnh Thanh Hóa, du lịch làng nghề là một sản phẩm đặc thù, có giá trị tạo lợi thế so sánh cho xứ Thanh, vì sự đặc sắc, đa dạng. Tuy nhiên, việc quản lý và tổ chức các làng nghề gắn với phát triển du lịch trong thời gian qua tại địa phương này dù đã rất nỗ lực song vẫn còn nhiều điều cần bàn và có giải pháp quản lý vận hành hoạt động, với sự chung tay của chính quyền địa phương, ban quản lý, các hộ dân, du khách, doanh nghiệp. Trong phạm vi bài viết này, tác giả đưa ra mô hình quản lý chung cho các làng nghề tại Thanh Hóa để có được mẫu số chung nhất trong việc quản lý và tổ chức hoạt động làng nghề gắn với phát triển du lịch.

Từ khóa: tổ chức và quản lý, hoạt động làng nghề, tỉnh Thanh Hóa.

1. Đặt vấn đề

Tỉnh Thanh Hóa có hàng trăm làng nghề truyền thống, rải đều ở hầu hết 27 huyện thị trong tỉnh. Trong đó có các làng nghề nổi tiếng như làng đúc đồng Trà Đông, bánh gai Tứ Trụ, mộc Đát Tài, chiếu cói Nga Sơn, bánh đa làng Chôm, hương Quán Giò,...

Để tổ chức và quản lý tốt hoạt động làng nghề trên địa bàn Thanh Hóa góp phần phục vụ phát triển du lịch và phát triển bền vững, thời gian qua, tỉnh đã có nhiều chính sách thúc đẩy làng nghề phát triển gắn với du lịch, qua đó loại hình du lịch làng nghề mang lại lợi ích về kinh tế, tạo việc làm, nâng cao thu nhập cho người dân, đồng thời trực tiếp góp phần gìn giữ và bảo tồn những giá trị văn hóa truyền thống. Những lợi ích đem lại sẽ rất lớn không chỉ về giá trị kinh tế, mà còn giá trị văn hóa truyền thống, giá trị môi trường du lịch,...

Vấn đề đặt ra là chính quyền tỉnh Thanh Hóa cần tiếp tục quan tâm hỗ trợ các làng nghề xây dựng chương trình hành động, chiến lược phát triển có mục tiêu cụ thể như: xây dựng thương hiệu, quảng bá, giới thiệu sản phẩm, xử lý vấn đề ô nhiễm môi trường tự nhiên và khắc phục các vấn đề môi trường, xây dựng hạ tầng giao thông kết nối các làng nghề, xã hội hóa kết hợp đầu tư ngân sách xây dựng các hạ tầng cơ bản phục vụ phát triển làng nghề... Kinh nghiệm từ nhiều tỉnh, thành phát triển du lịch làng nghề cho thấy, cần có mô hình quản lý và tổ chức hoạt động tốt thì mới đem lại hiệu quả tốt.

2. Một số làng nghề có mô hình quản lý và tổ chức hoạt động gắn với phát triển du lịch tương đối hiệu quả tại Việt Nam

Nổi tiếng nhất về các làng nghề tại Việt Nam gắn với phát triển du lịch phải kể đến các làng nghề

nằm trong lòng hoặc gần với các trung tâm du lịch lớn như Hà Nội, Ninh Bình, Huế, Đà Nẵng, Quảng Nam, TP. Hồ Chí Minh hay Cần Thơ. Nhiều làng nghề đã là những cái tên quá nổi tiếng như lụa Vạn Phúc, gốm Bát Tràng, mây tre đan Phú Vinh, sơn mài Hạ Thái (Hà Nội); tranh Đông Hồ, gốm Phù Lãng, mộc Đồng Kỵ (Bắc Ninh); chế tác đá Ninh Vân (Ninh Bình); trống Đọi Tam (Hà Nam); đan lát Bao La Quảng Điền, giấy Thanh Tiên, tranh Làng Sình (Huế); đá mỹ nghệ Non Nước (Đà Nẵng); lồng đèn Hội An, gốm Thanh Hà, dệt thổ cẩm thôn Đờ Rông, Đông Giang (Quảng Nam); gốm Bàu Trúc (Ninh Thuận); đúc lư đồng An Hội, lồng đèn Phú Bình, heo đất Lái Thiêu (TP. Hồ Chí Minh); bánh tráng Thuận Hưng, đan lưới Thơm Rơm, làng hoa Thới Nhứt (TP. Cần Thơ),...

Thời gian qua, khách du lịch đến thăm các làng nghề Bát Tràng, Vạn Phúc và Phú Vinh (Hà Nội) tăng mạnh trong những năm gần đây. Năm 2016, làng nghề Vạn Phúc đón gần 80.000 lượt khách, số lượt khách tới Bát Tràng là gần 100.000. Năm 2019, tăng lên khoảng 15%. Điều này chứng tỏ làng nghề truyền thống là điểm đến tham quan hấp dẫn đối với du khách trong nước và quốc tế. Loại hình du lịch làng nghề truyền thống trên địa bàn Thủ đô đã có sự phát triển mạnh mẽ. Tuy nhiên, sự phát triển đó vẫn chưa xứng với tiềm năng của làng nghề đặc sắc và độc đáo riêng có của Hà Nội. Tỷ lệ khách đến làng nghề so với khách du lịch trong nước và quốc tế đến thành phố vẫn quá thấp, trong đó khách du lịch quốc tế chưa đông. Doanh thu chủ yếu từ việc bán các sản phẩm thủ công truyền thống. Chi tiêu của khách du lịch cho các dịch vụ phục vụ du khách rất hạn chế. Làng nghề chủ yếu chỉ là nơi sản xuất và cung cấp các sản phẩm mà chưa được khai thác ở các khía cạnh không gian văn hóa. Các hoạt động nhằm giúp du khách có được các trải nghiệm cũng chưa thực sự phong phú.

Rõ ràng, ngay tại Hà Nội và phụ cận, một trung tâm du lịch lớn, là ví dụ điển hình cho việc gắn kết phát triển du lịch làng nghề không hề đơn giản, còn gặp nhiều khó khăn như vậy trong việc tạo ra các không gian văn hóa, sản phẩm du lịch đặc trưng hấp dẫn du khách. Nhiều làng nghề tại Hà Nội có

thương hiệu tốt, nổi tiếng nhưng không hẳn công ty lữ hành nào cũng đưa khách đến du lịch trải nghiệm. Vấn đề nằm ở chỗ, bản thân các sản phẩm du lịch, không gian làng nghề chưa thu hút, ấn tượng dù nghề truyền thống là đặc sắc.

Tại Quảng Nam, một điểm đến 2 di sản văn hóa thế giới với thành phố du lịch Đà Nẵng ngay bên cạnh, là tỉnh có chiến lược đầu tư cho làng nghề rất bài bản, kết hợp giữa làng nghề và doanh nghiệp lữ hành, doanh nghiệp thương mại xuất nhập khẩu, doanh nghiệp tiêu thụ đầu ra. Các tour du lịch đã bắt đầu chọn điểm đến là làng nghề truyền thống ở Quảng Nam như làng gốm Thanh Hà mỗi ngày có khoảng 300-400 khách đến tham quan, cùng thử nghiệm làm gốm và mua các sản phẩm của người dân. Các công trình nhà hàng, khách sạn, resort,... cũng thường xuyên đặt hàng những người thợ gốm với mẫu mã mới.

Tại Đà Nẵng, điển hình trong mô hình quản lý và tổ chức hoạt động làng nghề tương đối thành công chính là Ban quản lý làng nghề đá mỹ nghệ Non Nước, Ngũ Hành Sơn. Với vị trí thuận lợi nằm gần trung tâm thành phố du lịch Đà Nẵng, làng nghề đá mỹ nghệ Non Nước đã hoạt động hiệu quả, được du khách đánh giá cao về sản phẩm, dịch vụ và không gian trải nghiệm.

Dù vậy, qua khảo sát của tác giả, để tìm được mô hình phù hợp của các làng nghề khu vực Hà Nội, Huế, Quảng Nam, Đà Nẵng là không dễ dàng. Mỗi nơi có những đặc điểm về thị trường khách, nguồn khách và yếu tố tài nguyên du lịch tự nhiên và nhân văn riêng. Do đó, với các làng nghề tại Thanh Hóa, cần có mô hình lý thuyết phù hợp để áp dụng đạt hiệu quả.

3. Mô hình lý thuyết áp dụng cho quản lý và tổ chức hoạt động du lịch làng nghề tại Thanh Hóa

3.1. Điều kiện để tạo lập một mô hình lý tưởng cho du lịch làng nghề Thanh Hóa

Điều kiện cần:

(1) Làng nghề phải nằm trong danh mục làng nghề được tỉnh Thanh Hóa lựa chọn để trở thành điểm đến du lịch;

(2) Làng nghề có truyền thống, có không gian văn hóa đặc sắc, có tài nguyên du lịch tự nhiên và nhân văn, có sản phẩm du lịch độc đáo, đặc trưng

chính là giá trị nghề truyền thống mà các nghề nhân đang gìn giữ và phát huy;

(3) Cư dân, nghề nhân làng nghề sẵn sàng coi việc đón tiếp khách du lịch đến tham quan, trải nghiệm là phát huy giá trị, bản sắc văn hóa, đồng lòng, nhất trí để chung tay đón tiếp khách, trải nghiệm cùng du khách,...;

(4) Chính quyền địa phương đồng thuận, tạo cơ chế, kinh phí, coi việc xây dựng thương hiệu làng nghề để thu hút du khách cũng là xây dựng thương hiệu cho xã, huyện của mình.

Điều kiện đủ:

(1) Cơ sở hạ tầng, giao thông thuận lợi và đủ điều kiện đáp ứng phát triển làng nghề;

(2) Các công ty lữ hành, các nhà đầu tư xã hội hóa quan tâm và sẵn sàng đầu tư, đưa làng nghề vào tour du lịch của công ty để thu hút khách;

(3) Khách du lịch cảm thấy hấp dẫn với sản phẩm làng nghề (muốn có đánh giá đúng thì phải tổ chức các đoàn Famtrip và khảo sát điều tra qua khách du lịch đánh giá trực tiếp);

(4) Làng nghề phải được tổ chức hoạt động quy củ, nề nếp và công tác quản lý chặt chẽ.

Như vậy, sau khi đưa ra một số điều kiện cần và đủ, chúng ta có thể thấy những điều kiện trên là bắt buộc phải có để đáp ứng được cho một mô hình hoạt động và quản lý tối ưu đối với các làng nghề. Tối thiểu cần có:

1. Vị trí địa lý: Làng nghề không nên quá xa so với Hà Nội và TP. Thanh Hóa, đặc biệt lại khó khăn trong việc đi lại do cơ sở hạ tầng hạn chế. Mô hình áp dụng nên là làng nghề có thời gian di chuyển từ Hà Nội đến là 1 buổi, từ TP. Thanh Hóa đến là 2-3 tiếng. Đồng thời làng nghề đó phải thuận lợi trong hoạt động thương mại.

2. Tài nguyên: Có đầy đủ tài nguyên du lịch nhân văn gắn với nghề truyền thống của làng, độc đáo, hấp dẫn. Nếu có thêm cảnh quan tự nhiên đẹp nữa thì sẽ góp phần quan trọng trong việc hình thành điểm đến du lịch làng nghề.

3. Không gian bên ngoài làng nghề: Có hạ tầng thuận lợi, có biển chỉ dẫn cụ thể rõ ràng, có cảnh quan đẹp.

4. Không gian bên trong làng nghề: Có Ban quản lý làng nghề; có khu trông giữ xe; nhà vệ

sinh công cộng; có biển chỉ dẫn, người hướng dẫn từ đầu làng, tờ rơi bản đồ ấn phẩm hướng dẫn du lịch; có không gian trưng bày tổng thể giới thiệu và cho du khách; có các quầy mua sắm sản vật địa phương và sản phẩm làng nghề và có nhiều hộ gia đình, nghề nhân làm nghề, đồng hành cùng du khách.

3.2. Mô hình lý thuyết tối ưu

Dựa trên điều kiện để có được mô hình hiệu quả cho du lịch cộng đồng, tác giả đưa ra mô hình lý thuyết tối ưu nhất trong quản lý và tổ chức hoạt động có thể áp dụng vào các làng nghề ở Thanh Hóa, như sau:

3.2.1. Mô hình chung về quản lý hoạt động làng nghề

a) Cấp độ vĩ mô quản lý nhà nước và chính quyền địa phương:

Một làng nghề muốn hoạt động hiệu quả, thu hút nhiều du khách thì trước hết phải nhận được sự quan tâm, đầu tư trọng điểm, tạo cơ chế, xây dựng thương hiệu và tìm đầu ra cho sản phẩm.

+ UBND tỉnh Thanh Hóa có chủ trương, chỉ đạo Sở VH-TDL Thanh Hóa, Sở Công Thương Thanh Hóa, Sở NN&PTNT, Sở Thông tin và Truyền thông, UBND huyện có làng nghề và nhiều cơ quan ban ngành cần liên kết, phối hợp tạo lập cho làng nghề cơ chế, chính sách, chỉ dẫn địa lý quốc gia, quốc tế và xây dựng cơ sở hạ tầng cho khu vực làng nghề trọng điểm;

+ Quy hoạch làng nghề, làng nghề truyền thống, làng nghề trọng điểm phát triển loại hình du lịch làng nghề;

+ Cấp UBND tỉnh, huyện và các Sở, ban, ngành tạo lập các văn bản pháp lý, quy định, quy chế, hướng dẫn để có hành lang pháp lý cho hoạt động thương mại và hoạt động du lịch làng nghề;

+ Hình thành các điểm du lịch liên kết tuyến điểm với làng nghề, chỉ đạo ngành du lịch hợp tác, liên kết lữ hành;

+ Tạo lập chỉ dẫn địa lý cụ thể để cùng ngành Công Thương có hướng tìm đầu ra cho sản phẩm làng nghề, nhiều nghề gắn với nông nghiệp có đánh giá và xây dựng bộ tiêu chuẩn VietGAP, tổ chức các hoạt động xúc tiến thương mại, du lịch làng nghề;

+ Có chương trình quảng bá, truyền thông trọng điểm, dài hơi và hỗ trợ làng nghề hệ thống ấn phẩm thông tin du lịch, thương mại phù hợp, đặc biệt có chương trình truyền thông mạnh mẽ trên các trang mạng xã hội và qua các công nghệ Marketing online hiện nay;

+ Xây dựng, hỗ trợ địa phương hình thành, tạo lập sản phẩm du lịch làng nghề và hỗ trợ các hoạt động đào tạo, bồi dưỡng nghiệp vụ, kỹ năng cũng như cách thức triển khai các hoạt động làng nghề phục vụ du khách. Với các làng nghề thường xuyên có khách nước ngoài, cần có chính sách hỗ trợ hình thành đội ngũ thuyết minh hướng dẫn địa phương, có các khóa ngắn hạn đào tạo ngoại ngữ cơ bản cho người dân địa phương;

b) Cấp độ vi mô xã phường và Ban quản lý:

+ UBND cấp xã, thôn và Ban Quản lý làng nghề (nếu có) phối hợp và triển khai tới nghệ nhân, người dân về chủ trương, cơ chế chính sách phát triển làng nghề địa phương.

+ Xây dựng bộ quy tắc ứng xử riêng cho làng nghề, nội quy, quy định và có sự họp bàn, thống nhất cao trong công tác tổ chức hoạt động và quản lý làng nghề. Nếu toàn dân làng nghề đồng thuận thì hoạt động quản lý và tổ chức triển khai phát triển thương mại, du lịch sẽ thuận lợi.

+ UBND xã yêu cầu, giám sát Ban Quản lý quản lý tốt các hoạt động theo quy định, kiểm tra thường xuyên và công khai, minh bạch tài chính, thực hiện thu chi theo quy định của pháp luật.

+ Bản thân các nghệ nhân, hộ gia đình trong làng nghề cũng quản lý lẫn nhau, cùng phát hiện các sai phạm, vi phạm để cùng khắc phục.

3.2.2. Mô hình về tổ chức hoạt động làng nghề

Bên cạnh mô hình chung về quản lý hoạt động làng nghề nêu trên với các nội dung khung của mô hình là căn cứ, chủ trương, cơ chế, chính sách, quy hoạch, hình thức quản lý bộ máy từ cấp tỉnh xuống cấp xã và Ban Quản lý, thì mô hình lý thuyết về tổ chức hoạt động làng nghề gắn với phát triển du lịch được trình bày dưới đây sẽ góp phần hoàn thiện toàn bộ khung mô hình lý thuyết cho cả hai mảng: quản lý và tổ chức hoạt động làng nghề tại Thanh Hóa.

Việc triển khai tổ chức hoạt động làng nghề để

gắn kết với phát triển du lịch địa phương sẽ phụ thuộc vào cách làm và phương pháp tiếp cận của làng nghề đó. Có những làng nghề nổi tiếng không cần quảng bá, khách du lịch vẫn đến chủ động như Bát Tràng, Vạn Phúc (Hà Nội). Nhưng hầu hết các làng nghề muốn lấy du lịch là nguồn thu chính, đồng thời để phát huy giá trị bản sắc nghề truyền thống thì phải tiếp cận theo cách: “Làm thế nào để khách đến vẫn phải tôn trọng bản sắc, phong tục tập quán nghề truyền thống làng mình, nhưng cũng phải làm thế nào để khách đến tham quan trải nghiệm thấy hứng thú và bị hấp dẫn bởi các sản phẩm làng nghề?” Trả lời được câu hỏi đó cũng là tìm ra cách tiếp cận cho mô hình lý thuyết tối ưu nhất. Vì trong thực tế, các nghệ nhân làng nghề truyền thống thường chỉ thích bảo tồn, gìn giữ nghề cha ông để lại và truyền lại cho con cháu, ít nghệ nhân quan tâm đến xây dựng thương hiệu và quảng bá sản phẩm làng nghề, sản phẩm của gia đình mình để phát huy giá trị tới công chúng, du khách. Do đó, nếu muốn làm tốt mô hình thì phải thay đổi được tư duy nghệ nhân, hộ gia đình làm nghề truyền thống.

Tác giả đã đến làng nghề làm kẹo truyền thống ở tỉnh Quế Lâm, Trung Quốc. Quả thực, đó là mô hình rất đáng học hỏi. Từ đầu làng đã có biển chào bằng tiếng Trung, cả con đường chính và các đường nhỏ vào các hộ gia đình có nghề làm kẹo truyền thống thì các nghệ nhân trình diễn tự nhiên ngoài trời, trước sân nhà về nghệ thuật làm kẹo, du khách thoải mái chụp ảnh và nếu du khách thích thì có thể xin làm thử. Mỗi hộ gia đình đều có 1 shop lưu niệm trưng các loại kẹo nhiều màu sắc và in sẵn giá tiền, niêm yết giá công khai. Âm nhạc truyền thống Quế Lâm mở nhẹ nhàng, một số vũ công nhảy múa khi khách đến và một số người chơi nhạc cụ trình diễn tại chỗ. Người dân bản địa mặc trang phục truyền thống sẵn lòng nở nụ cười hướng dẫn du khách trải nghiệm và mua sắm.

Để áp dụng toàn bộ mô hình đó vào làng nghề Thanh Hóa sẽ không dễ, nhưng có thể dễ nhận thấy, dù là mô hình gì thì đều hướng về 3 đối tượng: thiết chế - không gian văn hóa làng nghề; người dân bản địa (trong đó có nghệ nhân) và du khách. (Bảng 1).

Bảng 1.

Người dân làng nghề, các nghệ nhân	- Được thể hiện bản sắc văn hóa, được tôn trọng; - Được nguồn lợi về kinh tế, thu nhập và giữ gìn được nghề truyền thống; - Được chính quyền quan tâm, đầu tư hạ tầng, cơ sở vật chất; - Được các doanh nghiệp đầu tư, xã hội hóa hỗ trợ và cùng có lợi; - Được đào tạo, bồi dưỡng, nâng cao kỹ năng nghiệp vụ, ngoại ngữ, ý thức bảo vệ môi trường, ứng xử văn minh trong du lịch;
Thiết chế, không gian văn hóa làng nghề	- Thương hiệu làng nghề được truyền thông, quảng bá, chỉ dẫn địa lý,...; - Được trở thành một điểm du lịch trong tuyến điểm du lịch quan trọng của tỉnh, huyện; - Được nhiều du khách biết đến không chỉ nghề truyền thống mà còn các không gian văn hóa, di tích lịch sử như đình, đền, chùa, tháp và các di sản văn hóa phi vật thể khác.
Du khách	- Được thưởng lãm các sản phẩm nghề truyền thống độc đáo, đặc sắc; - Được tìm hiểu, tham quan các không gian, thiết chế văn hóa khác trong làng nghề như: đình làng, đền thờ, chùa, tháp,... và những câu chuyện tâm linh trong đó; - Được trải nghiệm, tương tác với nghệ nhân để cùng tạo ra sản phẩm; - Được xem, nghe trình diễn dân ca, dân vũ và hòa cùng người dân bản địa bằng các trang phục dân tộc (với các làng nghề là đồng bào dân tộc ở Thanh Hóa); - Được mua sắm đồ lưu niệm là sản vật địa phương và sản phẩm đặc trưng làng nghề.

Bảng 2.

Công ty lữ hành	- Có sản phẩm đặc sắc, hấp dẫn, có chương trình trải nghiệm, tương tác, có các yếu tố cấu thành để có thể bán tour, các công ty lữ hành mới triển khai bán tới khách du lịch; - Tạo được sản phẩm, chương trình du lịch mới cho công ty lữ hành; - Nguồn thu từ bán tour du lịch làng nghề thường ít cạnh tranh nên có khả năng lợi nhuận cao; - Nguồn khách du lịch làng nghề thì dồi dào, đặc biệt là khách quốc tế;
Ban quản lý	- Có nguồn thu từ bán vé tham quan (nếu có), trông giữ xe, vệ sinh công cộng,...; - Có được nguồn thu, nguồn lợi từ đầu tư xã hội hóa của doanh nghiệp; - Có sự tương tác với các công ty lữ hành, nâng cao công tác quản lý, tổ chức hoạt động; - Có được sự đồng thuận của người dân làng nghề;

Khi đó, Công ty lữ hành, Ban quản lý và các tổ chức khác sẽ có các nguồn lợi và sự kết nối, phối hợp như Bảng 2.

Và khi các mô hình đạt được các yếu tố như đã nêu ở 2 bảng trên cho ít nhất 5 nhóm đối tượng: Thiết chế, không gian văn hóa làng nghề; Người dân bản địa; Du khách; Công ty lữ hành; Ban quản lý, cùng với một số yếu tố khác thì mô hình lý thuyết đó sẽ vận dụng hiệu quả vào thực tế. Tất nhiên, để một mô hình triển khai thành công vào các làng nghề ở Thanh Hóa, còn phải đáp ứng điều kiện cần và đủ tác giả đã đề cập ở trên,

nhưng rõ ràng, sự định hướng, kết nối và tạo cơ chế ban đầu cho việc hoạch định một không gian làng nghề văn hóa đặc trưng, hấp dẫn du khách là rất cần thiết.

Trong khuôn khổ bài viết, tác giả sẽ chỉ đưa ra mô hình lý thuyết khái quát, không đi vào cụ thể chi tiết các đối tượng tham gia vào mô hình sẽ phải làm gì, cụ thể như thế nào. Vấn đề chính là khung mô hình lý thuyết đã được xây dựng mang tính định hướng, việc triển khai cụ thể còn phụ thuộc vào thực tiễn tại từng làng nghề và thực tiễn con người thực hiện triển khai mô hình ở làng nghề đó ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Bùi Văn Vượng (2002). *Làng nghề truyền thống Việt Nam*. Nhà xuất bản Văn hóa Thông tin.
2. Trần Quốc Vượng (1994). *Bảo tồn và phát triển làng nghề ở vùng đồng bằng sông Hồng*, Viện Kinh tế học.
3. Huỳnh Đức Thiện (2014). “*Tìm hiểu về làng nghề và vai trò của làng nghề ở Việt Nam trong giai đoạn hiện nay*”, Hội thảo “Làng nghề và phát triển du lịch”, Nhà xuất bản Đại học Quốc gia TP. Hồ Chí Minh.
4. Trương Minh Hằng (2011). “*Nghề và làng nghề thủ công Việt Nam*”, Nhà xuất bản Khoa học xã hội.
5. Hoàng Văn Châu, Phạm Thị Hồng Yến, Lê Thị Thu Hà (2007). *Làng nghề du lịch Việt Nam*, Nhà xuất bản Thống kê, Hà Nội.

Ngày nhận bài: 13/2/2023

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 13/3/2023

Ngày chấp nhận đăng bài: 27/3/2023

Thông tin tác giả:

TS. NGUYỄN ĐỨC THẮNG

Trường Đại học Công nghệ Đông Á

**MANAGING AND DEVELOPING ACTIVITIES
OF CRAFT VILLAGES IN ASSOCIATION WITH
THE TOURISM DEVELOPMENT IN THANH HOA PROVINCE**

● **Ph.D NGUYEN DUC THANG**

East Asia University of Technology

ABSTRACT:

Among the tourism products of Thanh Hoa province, craft village tourism is a unique and valuable tourism product that creates a comparative advantage for the province thanks to its uniqueness and diversity. However, the management and organization of craft villages associated with the tourism development in Thanh Hoa province are facing difficulties. It requires the cooperation among local authorities, management boards, local households, travellers and tourist businesses. This study is to provide a general for craft village management model for Thanh Hoa province to help the province better manage and organize activities of craft villages in association with the tourism development.

Keywords: organization and management, activities of craft villages, Thanh Hoa province.