

# MỘT SỐ VẤN ĐỀ LÝ LUẬN CƠ BẢN VỀ PHÁT TRIỂN DU LỊCH LÀNG NGHỀ

Đặng Thành Thức<sup>1</sup>, Nguyễn Thị Minh Hiền<sup>2\*</sup>, Đinh Phạm Hiền<sup>3</sup>

<sup>1</sup>Viện Đào tạo Sau đại học, Trường Đại học Đông Đô

<sup>2</sup>Khoa Kinh tế và Phát triển nông thôn, Học Viện Nông nghiệp Việt Nam,

<sup>3</sup>Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn

\*Tác giả liên hệ: ntmhien@vnua.edu.vn

Ngày nhận bài: 27.03.2024

Ngày chấp nhận đăng: 07.08.2024

## TÓM TẮT

Mục tiêu của bài viết nhằm hệ thống một số vấn đề lý thuyết và quan điểm cơ bản về du lịch làng nghề. Bài viết sử dụng các thông tin số liệu từ các bài nghiên cứu trong nước và quốc tế. Kết quả tổng hợp cho thấy du lịch làng nghề là xu hướng và cần thiết để nâng cao thu nhập, bảo tồn văn hóa truyền thống và phát triển nông thôn bền vững. Phát triển du lịch làng nghề ảnh hưởng bởi chính sách, công tác quy hoạch, nguồn lực và đặc trưng của làng nghề, thị trường và cầu du lịch, công nghệ số, nhận thức và sự tham gia của cộng đồng. Bên cạnh đó nguồn lực tài chính, sự phát triển của doanh nghiệp địa phương và vai trò của chính quyền địa phương cũng là các yếu tố ảnh hưởng đến du lịch làng nghề. Để phát triển du lịch làng nghề cần quan tâm phát triển thị trường và sản phẩm du lịch làng nghề, cơ sở vật chất, môi trường cảnh quan và không gian làng nghề. Phát triển các tua tuyến du lịch về làng nghề, phát triển nguồn nhân lực đồng thời tăng cường xúc tiến quảng bá thương hiệu du lịch làng nghề cũng là các nội dung quan trọng trong phát triển du lịch làng nghề.

Từ khóa: Du lịch làng nghề, làng nghề, phát triển du lịch làng nghề.

## Theoretical Issues on the Development of Craft Village Tourism

### ABSTRACT

The objective of the article is to review basic theoretical issues concerning craft village tourism. The article used information and data from domestic and international research publications. The combined results show that craft village tourism is a trend and necessary to increase income, preserve traditional culture and develop sustainable rural areas. Craft village tourism development is influenced by policies, planning, resources and characteristics of the craft villages; tourism market and demand, digital technology, community awareness and participation. Beside financial resources, the development of local businesses and the role of local authorities are also factors affecting craft village tourism. To develop craft village tourism, it is necessary to pay attention to developing the craft village tourism market and products, facilities, landscape environment and craft village space. Developing tourist routes to craft villages; developing human resources and enhancing promotion of craft village tourism brands are also important contents of craft village tourism development.

Keywords: Craft village tourism, craft villages, development of craft village tourism.

## 1. ĐẶT VẤN ĐỀ

Du lịch làng nghề (DLLN) đang là một xu hướng và đóng vai trò quan trọng trong phát triển du lịch, bảo đảm cho sự cân bằng của ngành du lịch nói chung và từng địa phương nói riêng (Nguyễn Như Bình, 2017). DLLN giúp tận dụng tối đa tài nguyên du lịch, khai thác tiềm năng

của các làng nghề truyền thống, hệ thống di tích lịch sử và văn hóa, bảo tồn di sản và giá trị truyền thống, góp phần phát triển kinh tế và cũng như tạo việc làm và thu nhập cho cộng đồng nông thôn (Nguyễn Quang Vũ & Trần Thị Tú Nhi, 2021). DLLN phát triển còn giúp tạo dựng môi trường du lịch văn hóa cùng với đó giúp cải thiện tốt hơn các cơ sở hạ tầng đi kèm với việc

bảo vệ môi trường tại làng nghề và cải thiện chất lượng cuộc sống (Nguyễn Như Bình, 2017).

Nhận thức được tiềm năng của DLLN, Chính phủ Việt Nam đã ban hành một số chủ trương và chính sách nhằm thúc đẩy phát triển DLLN. Các chính sách này bao gồm Chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2030, Chương trình bảo tồn và phát triển làng nghề Việt Nam giai đoạn 2021-2030 và Kế hoạch phát triển du lịch nông thôn giai đoạn 2023-2025. Với các lợi thế về làng nghề truyền thống, nhiều địa phương ở Việt Nam đã chú trọng thúc đẩy sự phát triển du lịch nhằm phát huy và khai thác hợp lý những ưu đãi của tự nhiên, của hệ thống di tích lịch sử và văn hoá, làng nghề để phát triển kinh tế, góp phần tích cực giải quyết việc làm cho người lao động, nâng cao chất lượng cuộc sống và thu nhập của cộng đồng dân cư. Các làng nghề này đã và đang có nhiều đóng góp cho sự phát triển kinh tế của quốc gia và phát triển kinh tế nông thôn.

Tuy nhiên, cho đến nay làng nghề vẫn chưa trở thành điểm đến hấp dẫn du khách. Làng nghề ở các địa phương thì nhiều nhưng chưa khai thác được hết tiềm năng và thế mạnh từ các sản phẩm DLLN của mình. Việc xây dựng và phát triển DLLN chưa thực sự được các cơ quan quản lý du lịch, doanh nghiệp du lịch và các nhà khoa học quan tâm nghiên cứu (Nguyễn Như Bình, 2017). Hoạt động DLLN vẫn chưa thu được kết quả như mong muốn, chưa có những biện pháp tiếp thị, quảng bá về chiều sâu để thu hút khách du lịch mà chỉ mang tính chất tự phát, manh mún nên chưa khai thác thành công tiềm năng của các sản phẩm của làng nghề cũng như những giá trị văn hóa - xã hội của làng nghề để gắn với du lịch (Đắc Linh, 2020). Điều này dẫn đến việc du khách không lưu trú lâu dài, lượng khách tập trung vào một số điểm du lịch cụ thể, gây ra sự mất cân đối và không ổn định trong dài hạn. Bên cạnh đó, doanh thu từ sản phẩm của các làng nghề thông qua hoạt động du lịch vẫn còn khá khiêm tốn (Phạm Thị Thu Thủy, 2023). Ở Việt Nam phát triển du lịch và phát triển làng nghề không phải là các vấn đề mới nhưng phát triển DLLN lại là một vấn đề mới và là một xu hướng du lịch khá triển

vọng. Vì vậy, làm rõ cơ sở lý thuyết về phát triển DLLN nhằm cung cấp những căn cứ khoa học cho phát triển DLLN là hết sức cần thiết.

## 2. KHÁI NIỆM CÓ LIÊN QUAN VỀ PHÁT TRIỂN DU LỊCH LÀNG NGHỀ

### 2.1. Khái niệm về du lịch

Theo Tổ chức Du lịch Thế giới (UNWTO, 2008), du lịch là một hiện tượng xã hội, văn hóa và kinh tế, bao gồm việc di chuyển của con người đến các quốc gia hoặc địa điểm ngoài môi trường thông thường của họ với mục đích cá nhân hoặc kinh doanh/chuyên nghiệp. Những người này được gọi là khách (có thể là du khách hoặc người tham quan; cư dân hoặc không cư trú) và du lịch liên quan đến các hoạt động của họ, trong đó một số hoạt động liên quan đến chi tiêu du lịch.

Khái niệm về du lịch đã được diễn giải theo nhiều cách khác nhau qua thời gian, phản ánh tính trừu tượng và đa ngành của nó (Burns & Holden, 1995). Không có một định nghĩa duy nhất về du lịch. Du lịch là nghiên cứu về khách du lịch khi họ rời khỏi môi trường sống thường ngày, về ngành du lịch đáp ứng nhu cầu của họ và về tác động của cả khách du lịch và ngành du lịch đối với môi trường xã hội - văn hóa, kinh tế và vật chất của địa phương đến (Martin, 2021).

Theo Trung tâm Biên soạn từ điển bách khoa Việt Nam năm 1995, du lịch là một dạng nghỉ dưỡng sức, tham quan tích cực của con người ngoài nơi cư trú với mục đích: nghỉ ngơi, giải trí, tham quan danh lam thắng cảnh, di tích lịch sử, công trình văn hóa nghệ thuật; du lịch là một ngành kinh doanh tổng hợp có hiệu quả cao về nhiều mặt. Theo điều 3, Luật Du lịch năm 2017, du lịch là các hoạt động có liên quan đến chuyến đi của con người ngoài nơi cư trú thường xuyên trong thời gian không quá 01 năm liên tục nhằm đáp ứng nhu cầu tham quan, nghỉ dưỡng, giải trí, tìm hiểu, khám phá tài nguyên du lịch hoặc kết hợp với mục đích hợp pháp khác.

Tiếp cận dưới góc độ tổng hợp, Coltman (1989) định nghĩa rất ngắn gọn về du lịch như sau: Du lịch là sự kết hợp và tương tác của 4 nhóm nhân tố trong quá trình phục vụ du khách

bao gồm: du khách, nhà cung ứng dịch vụ du lịch, cư dân sở tại và chính quyền nơi đón khách du lịch. Du lịch là một ngành kinh tế bao gồm các hoạt động tổ chức, hướng dẫn du lịch, sản xuất, cung cấp và tiêu thụ các sản phẩm, dịch vụ du lịch nhằm đáp ứng nhu cầu tham quan, giải trí, nghỉ dưỡng của khách du lịch. Các hoạt động đó phải đem lại lợi ích kinh tế, chính trị, xã hội thiết thực cho nước làm du lịch và cho bản thân doanh nghiệp, người dân (Nguyễn Văn Đính & Trần Minh Hòa, 2006). Thái Doãn Hồng (2022) nhận định du lịch được xem là một ngành kinh doanh mà trong đó các hoạt động về tổ chức hướng dẫn tham quan, trao đổi hàng hóa và dịch vụ của các doanh nghiệp nhằm mục đích đáp ứng các nhu cầu về di chuyển, lưu trú, ăn uống và tham quan giải trí của du khách. Ngoài ra, du lịch là một ngành kinh tế xã hội, dịch vụ, có nhiệm vụ phục vụ nhu cầu tham quan, giải trí, nghỉ ngơi có hoặc không kết hợp với các hoạt động chữa bệnh, thể thao, nghiên cứu khoa học và các nhu cầu khác (Nguyễn Cao Thường & Tô Đăng Hải, 1990).

Trên cơ sở kết thừa và phát triển các khái niệm về du lịch trong và ngoài nước, trong nghiên cứu này, du lịch được xem như là một ngành kinh doanh tổng hợp có hiệu quả cao về nhiều mặt, bao gồm nâng cao hiểu biết về thiên nhiên, truyền thống lịch sử văn hóa dân tộc của du lịch và góp phần phát triển kinh tế. Qua đó, du lịch góp phần làm tăng tình yêu đất nước và tình hữu nghị với các quốc gia khác.

## 2.2. Khái niệm về làng nghề

Ở Việt Nam, từ trước đến nay có nhiều khái niệm về “làng nghề”, nhưng khái niệm về làng nghề và tiêu chí để xác định làng nghề thì cho đến nay vẫn chưa thống nhất. Trần Quốc Vượng (1996) đưa ra khái niệm về “làng nghề” là làng đã có một nghề nổi trội, tinh xảo với một tầng lớp thợ thủ công chuyên nghiệp hay bán chuyên nghiệp, có cơ cấu tổ chức, có thợ cả và thợ phụ, đã chuyên môn hóa, có quy trình công nghệ nhất định, sống chủ yếu được bằng nghề đó và sản xuất ra những sản phẩm hàng hóa và được tiêu thụ ở thị trường địa phương, đô thị và tiến tới mở rộng ra cả nước rồi có thể xuất khẩu

ra nước ngoài. Bùi Văn Vượng (2002), Trần Minh Yển (2003) lập luận “làng nghề” là một thiết chế kinh tế xã hội ở nông thôn, được cấu thành bởi hai yếu tố làng và nghề, tồn tại trong một không gian địa lý nhất định, trong đó bao gồm nhiều hộ sống bằng nghề thủ công là chính, giữa họ có mối liên kết về kinh tế, xã hội và văn hóa. Trong làng nghề không nhất thiết tất cả dân làng đều sản xuất hàng thủ công. Người thợ thủ công nhiều trường hợp cũng đồng thời là người làm nghề nông (nông dân). Nguyễn Ngọc Anh (2014) nhận thấy rằng làng nghề là hình thức tổ chức đời sống sinh hoạt, sản xuất của cộng đồng cư dân ở nông thôn, với đặc trưng là đa số cư dân trong làng cùng thực hiện một loạt hoạt động nghề nghiệp nhất định, để sinh sống và từ đó hình thành kiểu cấu trúc xã hội đặc trưng bởi hoạt động nghề nghiệp đó. Ngoài ra, làng nghề được hiểu là những làng ở nông thôn có các ngành nghề phi nông nghiệp chiếm ưu thế về số hộ, số lao động và tỉ trọng thu nhập so với nghề nông. Làng nghề là làng làm một hoặc một số nghề thủ công như một sinh kế hay một phần sinh kế (Nguyễn Thị Bích Thủy, 2015).

Theo Chính phủ (2018), làng nghề là một hoặc nhiều cụm dân cư cấp thôn, ấp, bản, làng, buôn, phum, sóc hoặc các điểm dân cư tương tự tham gia hoạt động ngành nghề nông thôn. Có tối thiểu 20% tổng số hộ trên địa bàn tham gia một trong các hoạt động hoặc các hoạt động ngành nghề nông thôn; Hoạt động sản xuất kinh doanh ổn định tối thiểu 02 năm liên tục tính đến thời điểm đề nghị công nhận; Đáp ứng các điều kiện bảo vệ môi trường làng nghề theo quy định của pháp luật hiện hành. Nguyễn Xuân Hoàn (2021) nhận định làng nghề là một hoặc nhiều cụm dân cư cấp thôn, ấp, bản, làng, buôn, phum, sóc hoặc các điểm dân cư tương tự tham gia hoạt động ngành nghề nông thôn. Có tối thiểu 20% tổng số hộ trên địa bàn tham gia một trong các hoạt động hoặc các hoạt động ngành nghề nông thôn. Phùng Văn Thanh (2022), lập luận rằng làng nghề là nơi tập trung nghề thủ công được hình thành ở nông thôn trong phạm vi địa lý rõ ràng và tách khỏi nông nghiệp, có tầng lớp thợ thủ công chuyên làm nghề thủ công, có quy trình công nghệ nhất định

và sống chủ yếu được bằng nghề đó và sản xuất ra những mặt hàng thủ công, những mặt hàng này đã có tính mỹ nghệ, sản phẩm phục vụ nhu cầu trong nước và có thể xuất khẩu, có mối liên kết về sản xuất kinh doanh trong làng nghề.

Trên cơ sở kế thừa và phát triển các khái niệm về làng nghề, có thể thấy làng nghề là một đặc trưng văn hóa và kinh tế đặc biệt của nông thôn. Làng nghề không chỉ tạo ra thu nhập bền vững và việc làm cho cộng đồng nông dân, mà còn góp phần vào bảo tồn và phát triển các nghề thủ công truyền thống, đồng thời tạo ra các sản phẩm có giá trị văn hóa và kinh tế bản sắc. Điều này đòi hỏi sự quan tâm và hỗ trợ từ các cơ quan chức năng và xã hội để bảo vệ, phát triển và thúc đẩy làng nghề trong bối cảnh hiện đại.

### 2.3. Khái niệm về du lịch làng nghề

Hiện nay, có nhiều loại hình du lịch mới đã được giới thiệu để đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng của du khách. DLLN là một trong những loại hình đó và thu hút sự quan tâm rất lớn từ du khách (Vu & Ida, 2017). Theo cổng thông tin điện tử của Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch năm 2010, DLLN là loại hình du lịch tìm hiểu văn hóa truyền thống, kết hợp mua sắm những hàng hóa đặc trưng của mỗi làng nghề truyền thống. Hoàng Văn Châu & cs. (2007) lập luận DLLN là loại hình khai thác các giá trị văn hóa vật thể và phi vật thể, các sản phẩm do nghề thủ công của làng nghề tạo ra như là một đối tượng tài nguyên du lịch có giá trị, được khai thác để phục vụ nhu cầu vui chơi giải trí, nghiên cứu tìm hiểu văn hóa, tham quan tìm hiểu du lịch, tham gia vào các công đoạn sản xuất các sản phẩm đặc trưng của làng nghề; từ đó mang lại lợi ích kinh tế cho địa phương và đất nước, góp phần tôn vinh, bảo tồn các giá trị truyền thống văn hóa và tăng cường vai trò kinh tế của làng nghề. Nguyễn Như Bình (2017) thấy rằng DLLN là một hoạt động kinh doanh tại các làng nghề có lợi ích về nhiều mặt: nâng cao hiểu biết của khách du lịch về lịch sử hình thành và phát triển của làng nghề góp phần tăng thêm tình yêu quê hương đất nước; mang lại lợi ích kinh tế cho xã hội. Theo Giang Châu & Lê Phúc (2023) DLLN là loại hình du lịch văn hoá tổng hợp đưa

du khách tới tham quan, cảm nhận các giá trị văn hóa và mua sắm những hàng hóa đặc trưng. Trương Trí Thông (2021) khẳng định DLLN là một loại hình du lịch văn hóa được khai thác với mục đích phục vụ nhu cầu tham quan, giải trí, nghiên cứu tìm hiểu văn hóa hoặc quá trình sản xuất sản phẩm làng nghề. Qua đó, ngoài việc du khách đến tham quan, trải nghiệm du lịch còn thẩm nhận các giá trị văn hóa vật thể lẫn phi vật thể có liên quan mật thiết đến một làng nghề của một dân tộc nào đó. Ngoài ra, Williams & Lawson (2001) cho rằng nhận thức của người dân địa phương đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy DLLN tồn tại và phát triển. Thực tế, việc quảng bá hình ảnh của làng nghề giúp du khách hiểu thêm về các sản phẩm du lịch và từ đó làng nghề sẽ nhận được ngày càng nhiều sự quan tâm của du khách (Chen & cs., 2013). Trên cơ sở kế thừa các khái niệm về DLLN, nghiên cứu đề xuất khái niệm về DLLN là một loại hình du lịch dựa trên nền tảng làng nghề, trong đó các hoạt động của du khách diễn ra tại các làng nghề từ đó mang lại lợi ích cho du khách và đưa lại thu nhập từ du lịch cho các hộ hoặc cộng đồng làng nghề.

### 2.4. Khái niệm về phát triển du lịch làng nghề

Phát triển DLLN được hiểu khái quát là loại hình du lịch trong đó các giá trị văn hóa vật thể và phi vật thể, các sản phẩm do nghề thủ công của làng nghề tạo ra như là một đối tượng tài nguyên du lịch có giá trị, được khai thác để phục vụ nhu cầu vui chơi giải trí, nghiên cứu tìm hiểu văn hóa, tham quan tìm hiểu du lịch, tham gia vào các công đoạn sản xuất các sản phẩm đặc trưng của làng nghề; từ đó mang lại lợi ích kinh tế cho địa phương và đất nước, góp phần tôn vinh, bảo tồn các giá trị truyền thống văn hóa và tăng cường vai trò kinh tế của làng nghề (Hoàng Văn Châu & cs., 2007; Nguyễn Quang Vũ & Trần Thị Tú Nhi, 2021). Sự phát triển của DLLN có thể tạo ra nhiều việc làm hơn, tăng thu nhập cho cộng đồng địa phương, góp phần giảm nghèo và đóng vai trò thiết yếu giúp cộng đồng địa phương đối mặt với khó khăn trong việc bán sản phẩm, vì du khách sẽ mua sản phẩm khi đến thăm làng (Vu & Ida, 2017).

Phát triển DLLN là sự phát triển của hoạt động du lịch đối với các làng nghề với hình thức du lịch kết hợp hoạt động du lịch định hướng điểm đến du lịch là làng nghề, làng nghề truyền thống nhằm đáp ứng nhu cầu bảo tồn và tôn tạo các tài nguyên cho việc phát triển hoạt động du lịch trong tương lai. Phát triển DLLN được hiểu là một quá trình tiến triển của nền kinh tế DLLN trong một thời kỳ nhất định (Nguyễn Quang Vũ & Trần Thị Tú Nhi, 2021).

Phát triển DLLN là quá trình liên kết, hợp tác chặt chẽ giữa các cơ quan nhà nước, chính quyền địa phương, doanh nghiệp du lịch, cơ sở đào tạo du lịch và cộng đồng địa phương nhằm phát triển sản phẩm du lịch đặc trưng, góp phần bảo tồn và phát huy giá trị văn hóa, truyền thống, bảo vệ môi trường tại làng nghề, đồng thời thúc đẩy phát triển kinh tế - xã hội của địa phương. Trong đó, sản phẩm làng nghề chính là linh hồn của các làng nghề, là yếu tố then chốt để làng nghề tồn tại và phát triển, và cũng là điều thu hút du khách đến khám phá và trải nghiệm (Vũ Thị Hải Anh, & Lâm Phạm Thị Hải Hà, 2023).

### 3. VAI TRÒ CỦA PHÁT TRIỂN DU LỊCH LÀNG NGHỀ

- *Phát triển kinh tế làng nghề*: Các dịch vụ DLLN sẽ hỗ trợ cho việc phát triển kinh tế của các hộ, doanh nghiệp trong làng nghề cũng như sự phát triển kinh tế của địa phương (Hoàng Văn Châu & cs., 2007).

- *Bảo tồn văn hóa truyền thống của làng nghề*: Làng nghề, làng nghề truyền thống chính là nơi lưu giữ những giá trị văn hóa tốt đẹp của dân tộc. Không gian của làng nghề, đó chính là cảnh quan tự nhiên với những di tích văn hóa, lịch sử, đền thờ, miếu thờ, nhà thờ tổ nghề, giếng nước, gốc đa, cổng làng... đều là sự thể hiện các giá trị văn hóa truyền thống của địa phương, dân tộc. Khi làng nghề phục vụ du lịch, tất cả các giá trị văn hóa đặc trưng của địa phương, dân tộc đã được xây dựng và lưu giữ hàng trăm năm nay sẽ vẫn được tiếp nối (Nguyễn Như Bình, 2017).

- *Đáp ứng nhu cầu tinh tế và đa dạng của du khách*: DLLN truyền thống góp phần bảo tồn và phát huy bản sắc văn hoá độc đáo của từng vùng miền, địa phương. Một địa phương muốn thu hút khách du lịch, tạo ra nhiều loại hình du lịch hấp dẫn đáp ứng nhu cầu đa dạng của du khách thì phải bắt tay vào việc xây dựng và phát triển các dịch vụ DLLN, sản phẩm DLLN gắn liền với việc khai thác có chiều sâu và khai thác đúng tài nguyên du lịch của địa phương đó (Hoàng Văn Châu & cs., 2007).

- *Góp phần tăng thu nhập cho người lao động*: DLLN thu hút một lượng lớn lao động địa phương tham gia vào các hoạt động du lịch, góp phần giải quyết việc làm, giảm nghèo, nâng cao đời sống trên cơ sở phát triển các dịch vụ du lịch gắn với cộng đồng dân cư. Đồng thời, phát triển DLLN làm tăng thêm thu nhập cho hộ gia đình, bộ mặt nông thôn khu vực phát triển du lịch được quan tâm, chỉnh trang, giữ gìn vệ sinh môi trường, thể hiện nếp sống văn minh, nhiệt tình, hiếu khách của người dân vùng làng nghề (Vu & Ida, 2017).

- *Chuyển dịch cơ cấu kinh tế nông thôn theo hướng tích cực*: Phát triển DLLN gắn với phát huy tiềm năng, lợi thế về làng nghề, văn hóa và môi trường sinh thái của các địa phương sẽ nâng cao chất lượng đời sống vật chất, tinh thần của người dân nông thôn, góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế nông thôn theo hướng tích cực đa giá trị.

- *Góp phần hạn chế di dân tự do ra thành thị*: Làng nghề truyền thống hiện nay phát triển tốt và ổn định, giải quyết được việc làm cho người dân tại địa phương làng nghề, có mức thu nhập tương đối và ổn định tại làng nghề thì người lao động sẽ không di cư đến các địa phương khác đặc biệt là các đô thị lớn để tìm việc làm.

- *Là cơ hội quảng bá hình ảnh con người và đất nước Việt Nam*: Dịch vụ DLLN góp phần bảo tồn văn hoá truyền thống của làng nghề và các nghề thủ công truyền thống. DLLN góp phần giáo dục cho nhân dân về lịch sử dân tộc và nâng cao tình yêu đối với quê hương đất nước. Phát triển DLLN còn giúp nâng cao tầm

hiểu biết của người dân trong nước về văn hóa lịch sử dân tộc, tăng thêm tình yêu đối với quê hương đất nước; là một công cụ hữu hiệu để quảng bá hình ảnh văn hóa dân tộc tới du khách nước ngoài (Trương Trí Thông, 2021).

#### 4. NỘI DUNG PHÁT TRIỂN DU LỊCH LÀNG NGHỀ

Dựa trên các nghiên cứu DLLN của Nguyễn Trọng Hiếu (2013), Nguyễn Văn Đính & Trần Minh Hòa (2004), Phan Hùng Cường (2021), Nguyễn Linh (2021), Giang Châu & Lê Phúc (2023), Nguyễn Xuân Hoàn (2021), Vu & Ida (2017) có thể thấy để phát triển DLLN cần quan tâm phát triển một số nội dung và hoạt động sau:

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

Việc nghiên cứu đặc điểm thị trường có ý nghĩa quan trọng đối với việc phát triển sản phẩm. Đối với ngành du lịch cần kết hợp với những yếu tố sẵn có (tài nguyên du lịch) và khả năng cung ứng (cơ sở hạ tầng, hệ thống các dịch vụ...) để phát triển những sản phẩm và dịch vụ du lịch mà các thị trường khách du lịch có nhu cầu sử dụng (Nguyễn Trọng Hiếu, 2013).

*Phát triển thị trường DLLN:* thị trường DLLN được hình thành ở cả nơi du khách xuất phát và nơi đến du lịch (điểm đến làng nghề). Bằng việc mở rộng giới thiệu các tour, tuyến DLLN, giới thiệu những thông tin về giá cả, thời gian, không gian, phương tiện phục vụ chuyến du lịch, giúp khách du lịch hiểu rõ các điều kiện tham gia DLLN, từ đó họ có thể lựa chọn, trả giá cho một tour du lịch ngay tại nơi xuất phát.

*Phát triển sản phẩm DLLN:* sản phẩm DLLN là sản phẩm phục vụ cho khách du lịch. Sản phẩm làng nghề sản xuất ra với mục đích là phục vụ cho du lịch, cho du khách và được làm theo nhu cầu của du khách, có thể dùng thưởng thức tại chỗ, mang về làm quà biếu, lưu niệm. Sản phẩm du lịch của làng nghề không giống nhau, không sản xuất đồng loạt, vì làm bằng thủ công nên mỗi sản phẩm sẽ khác nhau; Ngoài phát triển sản phẩm chính của làng nghề

(sản phẩm đặc trưng của làng nghề) có thể phát triển các sản phẩm du lịch cần thiết là: dịch vụ ăn uống, lưu trú, vận chuyển, đi lại, ký gửi; phát triển các sản phẩm du lịch phụ trợ, bổ sung. Các hộ làng nghề và cộng đồng làng nghề là bên trực tiếp tạo ra sản phẩm DLLN dựa trên nhu cầu của khách du lịch.

##### 4.2. Phát triển cơ sở vật chất kỹ thuật dịch vụ du lịch làng nghề

Cơ sở vật chất kỹ thuật du lịch được hiểu là toàn bộ phương tiện vật chất kỹ thuật do các tổ chức du lịch tạo ra để khai thác tiềm năng du lịch, tạo ra các sản phẩm, cung cấp và làm thỏa mãn nhu cầu của khách du lịch (Nguyễn Văn Đính & Trần Minh Hòa, 2004). Đây là một trong những nội dung quan trọng trong quá trình phát triển DLLN.

Nội dung phát triển cơ sở vật chất có thể là đầu tư phát triển và hoàn thiện các tuyến đường giao thông và hệ thống bảng chỉ dẫn đến các khu, điểm DLLN; hoàn thiện hệ thống giao thông nội bộ làng nghề; hoàn thiện quy trình thu gom rác thải, nước thải để bảo đảm mỹ quan môi trường làng nghề; phát triển tuyến đường giao thông kết nối được các điểm đến (trạm dừng chân, nhà hàng, khách sạn...). Các nội dung này cần có sự tham gia của các bên Nhà nước, chính quyền địa phương, doanh nghiệp, công đồng, người dân ở tại làng nghề.

##### 4.3. Phát triển nguồn nhân lực du lịch làng nghề

Lao động trong DLLN cũng có những đặc điểm riêng nhằm thích ứng với việc tạo ra sản phẩm cũng như đáp ứng nhu cầu của khách du lịch. Phát triển nguồn nhân lực cho du lịch là những hoạt động nhằm gia tăng số lượng và nâng cao chất lượng của lực lượng lao động với một cơ cấu hợp lý. Số lượng và chất lượng nguồn nhân lực là những yếu tố quyết định chất lượng sản phẩm du lịch (Nguyễn Văn Đính & Trần Thị Minh Hòa, 2004). Chất lượng nguồn nhân lực được thể hiện qua tính chuyên nghiệp phục vụ du khách và trình độ chuyên môn nghiệp vụ du lịch. Du lịch muốn trở thành ngành kinh tế

mũi nhọn đòi hỏi phải có nguồn nhân lực với chất lượng cao, đặc biệt trong thời kỳ hội nhập như hiện nay.

Đối với phát triển DLLN, chất lượng phục vụ của nguồn nhân lực là yếu tố góp phần tạo nên giá trị của làng nghề. Lao động trong các doanh nghiệp trực tiếp cung ứng dịch vụ DLLN cũng như cộng đồng dân cư tham gia các hoạt động du lịch cần đáp ứng về mặt sức khỏe, kiến thức, kỹ năng quản lý, kỹ năng nghề nghiệp, trình độ ngoại ngữ, phong cách, đạo đức. Việc đào tạo nguồn nhân lực cho DLLN tập trung vào 3 nhóm: (i) Một là nâng cao tay nghề cho lao động trực tiếp (thợ lành nghề, nghệ nhân...); (ii) Hai là nâng cao năng lực quản lý của cán bộ làm quản lý về du lịch; (iii) Ba là phát triển nhân lực khai thác kinh doanh (cơ sở khai thác kinh doanh du lịch và cộng đồng dân cư địa phương).

#### 4.4. Tổ chức không gian du lịch làng nghề

Tổ chức không gian (lãnh thổ du lịch) được hiểu là một hệ thống liên kết không gian các đối tượng du lịch và các cơ sở phục vụ có liên quan dựa trên việc sử dụng tối ưu các nguồn tài nguyên du lịch (tự nhiên, nhân văn, cơ sở hạ tầng và các nhân tố khác nhằm đạt hiệu quả (kinh tế, xã hội, môi trường cao nhất (Phạm Hùng Cường, 2021).

Làng nghề du lịch là một không gian lãnh thổ nông thôn, ở đó người dân không những tổ chức sản xuất một hoặc một số sản phẩm thủ công truyền thống mà còn cung cấp các dịch vụ phục vụ và thu hút khách du lịch. Phát triển DLLN được coi là một hướng đi rất quan trọng để gìn giữ, giới thiệu, bảo tồn và tôn vinh những giá trị văn hóa truyền thống đặc sắc của dân tộc, của quốc gia. Ở mỗi làng nghề du lịch là sự kết hợp với tìm hiểu văn hóa, tín ngưỡng và phong tục tập quán của bản thân làng nghề đó, để có thể tìm ra những nét độc đáo, gây ấn tượng cho du khách.

#### 4.5. Xúc tiến quảng bá và xây dựng hình ảnh thương hiệu du lịch làng nghề

Hoạt động xúc tiến, quảng bá du lịch được coi là nội dung quan trọng trong việc phát triển

thị trường, phát triển cầu du lịch, góp phần vào sự phát triển ngành du lịch của mỗi địa phương. Xúc tiến du lịch của một quốc gia, khu vực, điểm đến có thể góp phần đẩy mạnh hình ảnh thương hiệu quốc gia hay điểm đến đó.

Nghiên cứu thị trường để xác định các thị trường tiềm năng, thị trường trọng điểm và thị trường mục tiêu để xây dựng các sản phẩm DLLN phù hợp với thị hiếu và nhu cầu của từng đối tượng khách, cùng với đó là việc xây dựng các chương trình xúc tiến quảng bá phù hợp với từng thị trường. Xây dựng thương hiệu cho DLLN của từng địa phương, quảng bá, xúc tiến hình ảnh du lịch trên thị trường khu vực và quốc tế thông qua các sự kiện và hội chợ du lịch quốc tế. Việc tuyên truyền quảng bá DLLN có thể thực hiện trên các phương tiện truyền thông như thông qua truyền hình, phát thanh, báo chí, xuất bản các ấn phẩm DLLN với nhiều ngoại ngữ phổ biến và phát hành rộng rãi phim ảnh tư liệu về di tích lịch sử, văn hóa, công trình kiến trúc nghệ thuật, danh lam thắng cảnh, làng nghề...

#### 4.6. Liên kết phát triển du lịch làng nghề

Liên kết phát triển giữa các bên tham gia trong chuỗi cung ứng để hình thành một sản phẩm du lịch tổng hợp cung cấp cho du khách. Đầu tư và phát triển liên kết giữa các bên tham gia trong chuỗi cung ứng du lịch được hình thành trên cơ sở hướng tới đạt được các lợi ích chung và phát triển theo hướng hiệu quả, bền vững, tạo ra khả năng cạnh tranh cao hơn cho sản phẩm DLLN (Nguyễn Linh, 2021).

Có nhiều chuỗi liên kết trong phát triển DLLN: (i) Liên kết vùng: liên kết giữa các địa phương, các làng nghề du lịch, liên kết các điểm đến; (ii) Liên kết giữa các doanh nghiệp, đơn vị vận hành du lịch tại làng nghề: doanh nghiệp lữ hành - cơ sở dịch vụ ăn uống, lưu trú - đơn vị vận tải; (iii) Liên kết các hộ làm nghề, các thôn xã tạo thành cụm làng nghề lớn.

### 5. CÁC YẾU TỐ ẢNH HƯỞNG ĐẾN PHÁT TRIỂN DU LỊCH LÀNG NGHỀ

Dựa trên các nghiên cứu về du lịch cũng như DLLN của Chen & cs. (2013); Coltman

(1989); Hoàng Văn Châu & cs. (2007); Mai Văn Nam (2013); Nguyễn Quang Vũ & Trần Thị Tú Nhi (2021); Vũ Thị Hải Anh & Lâm Phạm Thị Hải Hà (2023); Trương Trí Thông & Lý Mỹ Tiên (2018); Trương Trí Thông (2021) chỉ ra rằng có nhiều yếu tố ảnh hưởng đến phát triển DLLN. Có thể tổng hợp trong 8 nhóm yếu tố sau:

### **5.1. Cơ chế chính sách phát triển du lịch làng nghề**

Chính sách phát triển du lịch là tập hợp các chủ trương và hành động của Nhà nước để phát triển du lịch. Chính sách du lịch là công cụ để Nhà nước tham gia, điều tiết, định hướng sự phát triển của ngành du lịch. Cơ chế, chính sách của Nhà nước có ảnh hưởng quan trọng trong sự phát triển của du lịch nói chung, DLLN nói riêng.

Các chính sách ưu đãi, đúng đắn, phù hợp, kịp thời về phát triển DLLN sẽ kích thích cầu du lịch phát triển, đồng thời tạo môi trường thuận lợi thu hút các nhà đầu tư vào DLLN. Cần có các chính sách tài chính, chủ động bố trí ngân sách, quỹ đất và đề xuất áp dụng các cơ chế đặc thù về đất đai, nguồn vốn đầu tư và lựa chọn nhà đầu tư để phát triển du lịch phù hợp với điều kiện của địa phương.

### **5.2. Quy hoạch phát triển làng nghề và tuyến du lịch làng nghề**

Quy hoạch phát triển du lịch có thể được coi là việc xây dựng trước một kế hoạch (hoặc phương pháp) để đánh giá tình huống hiện tại, dự báo tình huống tương lai và lựa chọn chương trình hành động phù hợp để tạo được nhiều cơ hội sẵn có nhất cho sự phát triển của điểm đến du lịch (Nguyễn Văn Đính & Trần Thị Minh Hoà, 2004).

Công tác quy hoạch du lịch được thực hiện tốt có thể làm gia tăng lợi ích từ du lịch và giảm thiểu những tác động tiêu cực mà hoạt động du lịch có thể đem lại cho cộng đồng, cho doanh nghiệp du lịch (Nguyễn Văn Đính & Trần Thị Minh Hoà, 2004).

Quy hoạch phát triển DLLN trên cơ sở làng nghề đã có từ trước nhưng chưa làm du lịch hoặc làng nghề đã làm du lịch nhưng chưa hiệu

quả, việc xây dựng quy hoạch tổng thể DLLN đặt trong mối quan hệ chặt chẽ với quy hoạch tổng thể phát triển du lịch chung và quy hoạch phát triển ngành nghề nông thôn. Tại các tuyến du lịch cần tổ chức điểm đến phù hợp cho các làng nghề.

### **5.3. Thị trường, cầu của du lịch làng nghề**

Thị trường, nhu cầu DLLN sẽ là các yếu tố quan trọng thúc đẩy sự phát triển DLLN. Những năm gần đây ở một số quốc gia, hình thức du lịch các làng nghề truyền thống đang thu hút được lượng khách lớn. Nhu cầu DLLN càng cao sẽ thúc đẩy chất lượng các tour du lịch, phục vụ du lịch tốt lên.

Để “đáp ứng” được nhu cầu của du khách các cơ sở sản xuất tại làng nghề phải đầu tư nghiên cứu thị trường từng đối tượng khách để sản xuất ra những sản phẩm có mẫu mã, màu sắc phù hợp. Tín hiệu thị trường, nhu cầu cũng là những căn cứ để quy hoạch, đầu tư về hạ tầng giao thông, cơ sở đón tiếp khách, điểm trình diễn; đào tạo nguồn nhân lực, xúc tiến quảng bá.

### **5.4. Công nghệ số và hội nhập quốc tế**

Ngày nay công nghệ số là công cụ quan trọng góp phần vào sự phát triển của mô hình DLLN, giúp cho việc quảng bá, phổ biến sản phẩm thương hiệu một cách dễ dàng và nhanh chóng ra thế giới. Công nghệ phát triển giúp cộng đồng làng nghề dễ dàng trang bị các công cụ phát triển bền vững và tạo diễn đàn chia sẻ kinh nghiệm cho cộng đồng các nhà sản xuất, kinh doanh đặc sản địa phương thông qua các kênh truyền thông qua mạng xã hội (Facebook, twister, youtube...), đây là những phương tiện truyền thông hiện đại mang lại hiệu quả cao, tiếp cận nhanh chóng số lượng lớn người dùng.

Các ứng dụng công nghệ chỉ dẫn địa lý, bản đồ, chỉ đường như GIS, Google map,... giúp du khách thuận lợi trong quá trình di chuyển trong chuyến đi cũng như dễ dàng tìm được các cơ sở lưu trú, địa điểm ăn uống,...

Ngoài ra, ứng dụng công nghệ 4.0 triển khai đầu tư du lịch thông minh dựng cơ sở dữ liệu tài nguyên, bản đồ số về di sản văn hóa vật thể, phi



vật thể và các loại hình dịch vụ du lịch dưới dạng phim 3D. Đầu tư hệ thống thuyết minh tự động tại các điểm tham quan và hệ thống du lịch thông minh qua ứng dụng trên điện thoại; Tạo mã QR giới thiệu các di tích văn hóa, lịch sử bằng các ngôn ngữ khác nhau.

### **5.5. Nhận thức của xã hội và sự tham gia của cộng đồng**

Nếu lấy DLLN làm trung tâm thì “sản phẩm du lịch” và “cộng đồng dân cư” là hai thành tố quan trọng nòng cốt củng cố sự bền vững của mô hình DLLN. DLLN tồn tại và phát triển được khi các sản phẩm du lịch phát triển gắn liền với giá trị văn hóa, đời sống tinh thần và vật chất của người dân. Nhận thức và sự tham gia của cộng đồng dân cư thể hiện qua: số lượng hộ gia đình tham gia làm nghề, trình độ tay nghề, ý thức bảo vệ môi trường làng nghề, nguồn thu từ khách du lịch của hộ...

### **5.6. Vai trò của các cấp chính quyền địa phương và hiệp hội**

Chính quyền địa phương, các hiệp hội có vai trò quan trọng thúc đẩy sự phát triển DLLN: hỗ trợ xây dựng các thủ tục pháp lý cho nhãn hiệu, có chính sách đầu tư, hỗ trợ các thiết bị, máy móc, công nghệ sơ chế, chế biến thành phẩm, bảo quản, cung cấp ổn định, lâu dài cho thị trường; tập huấn kỹ thuật để hộ dân mở rộng quy mô sản xuất.

### **5.7. Tài nguyên du lịch và đặc trưng của làng nghề**

Tài nguyên DLLN có thể khai thác thành những lợi thế và nét đặc trưng nhất của DLLN. Có thể phân loại tài nguyên DLLN theo nhiều cách nhưng dựa trên Luật Du lịch của Việt Nam thì tài nguyên DLLN cũng gồm hai loại là tài nguyên du lịch tự nhiên và tài nguyên du lịch văn hóa làm cơ sở cho hoạt động làng nghề và DLLN.

Độ hấp dẫn của điểm đến thường được xác định bằng sự đặc sắc, nét độc đáo của tài nguyên DLLN tự nhiên và nhân văn tạo điểm nhấn thu hút, số lượng và chất lượng các tài

nguyên, khả năng đáp ứng được nhiều loại hình du lịch và quy mô điểm đến. Hệ thống tài nguyên DLLN là một trong những yếu tố nguồn lực, thuộc tính cơ bản quan trọng tạo nên sức hấp dẫn, giá trị của sản phẩm DLLN.

### **5.8. Nguồn lực tài chính và các doanh nghiệp vận hành tại làng nghề**

Nguồn vốn đầu tư cho các làng nghề ở địa phương ảnh hưởng đến việc mở rộng quy mô sản xuất. Ở các làng nghề chủ yếu sản xuất theo hướng truyền thống, quy mô nhỏ, có tính chất mùa vụ, chủ yếu hộ gia đình, việc liên kết với các doanh nghiệp, tổ chức nhằm quảng bá thương hiệu sản phẩm chưa được quan tâm thực hiện. Thị trường tiêu thụ sản phẩm chưa thực sự ổn định, từ đó người dân và các cơ sở làm nghề sản xuất không mạnh dạn đầu tư.

Cải thiện nguồn vốn về số lượng và năng lực tiếp cận nguồn vốn, khuyến khích phát triển các công ty du lịch tư nhân phục vụ DLLN là những yếu tố cũng khá quan trọng để thúc đẩy phát triển DLLN bền vững.

## **6. KẾT LUẬN**

Phát triển DLLN là xu hướng tất yếu và đóng vai trò quan trọng trong phát triển nông thôn. Phát triển DLLN giúp duy trì và bảo tồn làng nghề, tôn vinh những giá trị văn hóa, truyền thống đặc sắc của dân tộc, của quốc gia cũng như góp phần hướng đến sự phát triển bền vững.

Để phát triển DLLN cần quan tâm phát triển thị trường và sản phẩm DLLN, đầu tư hoàn thiện cơ sở vật chất, môi trường cảnh quan và không gian làng nghề, phát triển nguồn nhân lực, tăng cường xúc tiến quảng bá thương hiệu DLLN. Tám nhóm yếu tố ảnh hưởng đến phát triển DLLN đó là chính sách, công tác qui hoạch, nguồn lực tài nguyên và đặc trưng của làng nghề, thị trường và cầu du lịch, công nghệ số, nhận thức và sự tham gia của cộng đồng, nguồn lực tài chính, sự phát triển của doanh nghiệp địa phương và vai trò của chính quyền địa phương.

Phát triển DLLN có tác dụng hỗ trợ đắc lực cho khu vực nông thôn chuyển dịch cơ cấu phát

triển kinh tế theo hướng phát triển bền vững trong tiêu thụ sản phẩm, đáp ứng được nhu cầu tiêu thụ sản phẩm trong nước cũng như trên thị trường quốc tế. Để phát triển DLLN một cách hiệu quả và bền vững, cần có sự quan tâm và chung tay góp sức của các cấp chính quyền, các ban ngành chức năng, doanh nghiệp và cộng đồng địa phương.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Bùi Văn Vượng (2002). Làng nghề thủ công truyền thống Việt Nam. Nhà xuất bản Văn hóa Thông tin, Hà Nội.
- Burns P. & Holden A. (1995) *Tourism: A New Perspective*. Hemel Hempstead: Prentice Hall International
- Coltman M.M. (1989). *Introduction to Travel and Tourism: An International Approach*. Van Nostrand Reinhold, New York. 370p.
- Cổng thông tin điện tử, Bộ Văn hóa, Thể thao và Du lịch (2010). Du lịch làng nghề - Hướng đi mới trong phát triển du lịch. Truy cập từ <https://bvhttdl.gov.vn/du-lich-lang-nghe-huong-di-moi-trong-phat-trien-du-lich-1325.htm> ngày 21/12/2023.
- Chen L.C., Lin S.P. & Kuo C.M. (2013). Rural tourism: Marketing strategies for the bed and breakfast industry in Taiwan. *International Journal of Hospitality Management*. 32(1): 278-286. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2012.07.005>
- Chính phủ (2018). Nghị định số 52/2018/NĐ-CP ngày 12/4/2018 của Chính phủ về phát triển ngành nghề nông thôn.
- Đắc Linh (2020). Cách tiếp cận mới trong xây dựng mô hình làng nghề du lịch. Truy cập tại <https://vietnamtourism.gov.vn/post/33984#:~:text=Theo%20thống%20kê%20của%20Hiệp,là%20làng%20nghề%20truyền%20thống> ngày 05/06/2024
- Giang Châu & Lê Phúc (2023). Phát triển du lịch gắn với làng nghề. Truy cập từ <https://vtv.vn/xahoi/phot-trien-du-lich-gan-voi-lang-nghe-20230104122123055.htm> ngày 02/01/2024.
- Hoàng Văn Châu, Phạm Thị Hồng Yến & Lê Thị Thu Hà (2007). *Làng nghề du lịch Việt Nam*, Hà Nội. Nhà xuất bản Thống kê.
- Martin Merino M. (2021). *Tourism and economic development: concept, evolution and validity*. Cambridge Open Engage. pp. 1-24. doi:10.33774/coe-2021-st1vm.
- Mai Văn Nam (2013). Các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển ngành nghề kết hợp du lịch ở đồng bằng sông Cửu Long - Factors affecting the development of villages and tourism in the Mekong Delta. *Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế*. 422: 62-69.
- Nguyễn Linh (2021). Đầu tư phát triển du lịch gắn với làng nghề truyền thống. *Báo Tin tức*
- 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.
- Nguyễn Như Bình (2017). *Du lịch làng nghề ở Đông Nam bộ - thực trạng và một số giải pháp phát triển*. 62-76. *Tạp chí Khoa học, Đại học Hồng Đức*. Thanh Hóa.
- 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 Đại học Duy Tân*. 3(46): 130-136.
- 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.
- Nguyễn Trọng Hiếu (2013). Khai thác hợp lý thị trường khách du lịch từ sản phẩm du lịch của tỉnh Tây Ninh. *Tạp chí Khoa học, Trường Đại học Sư phạm Thành phố Hồ Chí Minh*. 44: 24.
- Nguyễn Văn Đình, Trần Thị Minh Hòa (2006). *Giá trị kinh tế du lịch*. Nhà Xuất Bản Lao động - Xã hội, Hà Nội.
- 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.
- Phạm Hùng Cường (2021). Không gian sáng tạo trong các làng nghề truyền thống. *Tạp chí Kiến trúc*. 3.
- Nguyễn Cao Thường & Tô Đăng Hải (1990). *Giá trị kinh tế du lịch*. Nhà xuất bản Đại học và Giáo dục chuyên nghiệp, Hà Nội.
- Phạm Thị Thu Thủy (2023). Phát huy giá trị các làng nghề Ninh Bình gắn với phát triển du lịch bền vững. *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Hoa Lư*. tr. 16-24
- Phùng Văn Thanh (2022). Phát triển làng nghề truyền thống đá mỹ nghệ non nước. Luận án tiến sĩ, Đại học Kinh tế - Đại học Đà Nẵng.
- Quốc hội (2017). *Luật Du lịch số 09/2017/QH14 ban hành ngày 19/6/2017*, Hà Nội.
- 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. Trà Vinh.
- Thủ tướng Chính phủ (2011). *Quyết định số 2473/QĐ-TTg ngày 30/12/2011 về việc phê duyệt chiến lược phát triển du lịch Việt Nam đến năm 2020, tầm nhìn đến năm 2030*.

- 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.
- Trần Quốc Vượng (1996). Nghề thủ Công truyền thống Việt Nam và các vị tổ nghề. Nhà xuất bản Văn hóa Dân tộc.
- Trung tâm biên soạn từ điển bách khoa Việt Nam (1995). Từ điển bách khoa Việt Nam (Tập 1). Nhà xuất bản Từ điển Bách khoa, Hà Nội.
- 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. 54(4C): 137-147. DOI: 10.22144/ctu.jvn.2018.079
- 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 Đại học Sư phạm thành phố Hồ Chí Minh, 18(7): 1265-1276.
- 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. doi.org/10.58845/jstt.utt.2023.vn.3.4.8-15.
- Vu M.H. & Ida R. (2017). Craft villages and tourism development, a case study in Phu Quoc island of VietNam. Management 21(1): 223-236. doi.org/10.1515/manment-2015-0090.
- Williams & Lawson. (2001). Community issues and resident opinion of tourism. Annals of Tourism Research, 28(2): 269-290. doi.org/10.1016/S0160-7383(00)00030-X.
- World Tourism Organization (2008). Glossary of tourism terms. Retrieved from <https://www.unwto.org/glossary-tourism-terms> on 20 Feb, 2024.