

**TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN HÓA HÀ NỘI
KHOA VĂN HÓA DU LỊCH**

-----***-----



**CÁC VÕ ĐƯỜNG Ở HÀ NỘI VỚI
SỰ PHÁT TRIỂN DU LỊCH THỦ ĐÔ**

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

Giáo viên hướng dẫn : Ths. Đỗ Trần Phương

Sinh viên thực hiện : Lê Thị Ngọc

Lớp : VHDL 16C

HÀ NỘI - 2012

MỤC LỤC

PHẦN MỞ ĐẦU	5
1. Lý do chọn đề tài	5
2. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu	6
3. Mục đích nghiên cứu	6
4. Phương pháp nghiên cứu	6
5. Kết cấu của đề tài	6
CHƯƠNG 1: TỔNG QUAN VỀ VÕ THUẬT TRUYỀN THỐNG VIỆT	7
1.1 Khái niệm võ thuật truyền thống Việt Nam	7
<i>1.1.1 Khái niệm về võ dân tộc Việt Nam</i>	<i>7</i>
<i>1.1.2 Khái niệm võ học Việt Nam</i>	<i>9</i>
1.2 Lược sử về võ thuật truyền thống Việt Nam	9
<i>1.2.1 Nguồn gốc</i>	<i>9</i>
<i>1.2.2 Lịch sử hình thành và phát triển</i>	<i>10</i>
<i>1.2.3 Đặc điểm của võ thuật truyền thống Việt Nam</i>	<i>15</i>
1.3 Giá trị văn hóa	15
<i>1.3.1 Rèn luyện sức khỏe</i>	<i>15</i>
<i>1.3.2 Thể hiện tinh hoa văn hóa dân tộc</i>	<i>16</i>
<i>1.3.3 Giáo dục</i>	<i>19</i>
CHƯƠNG 2 : KHÁI QUÁT CHUNG VỀ CÁC VÕ ĐƯỜNG Ở HÀ NỘI	23
VÀ VAI TRÒ CỦA NÓ ĐỐI VỚI SỰ PHÁT TRIỂN DU LỊCH	23
2.1 Hệ thống võ đường ở Hà Nội	23
2.2 Vai trò của các võ đường với sự phát triển du lịch Hà Nội	35
2.3 Thực trạng khai thác du lịch tại các võ đường	39
<i>2.3.1 Các tour du lịch gắn với các võ đường</i>	<i>39</i>
<i>2.3.2 Thực trạng về vấn đề tổ chức tour</i>	<i>42</i>
<i>2.3.3 Thực trạng tổ chức hoạt động du lịch tại các võ đường</i>	<i>45</i>

2.3.4 Marketing	49
CHƯƠNG 3: MỘT SỐ GIẢI PHÁP CƠ BẢN ĐƯA VÕ ĐƯỜNG TẠI	53
HÀ NỘI VÀO KHAI THÁC DU LỊCH	53
3.1 Đối với thành phố Hà Nội	53
3.1.1 Cơ chế tổ chức quản lý các võ đường	53
3.1.2 Chính sách phát triển du lịch tại các võ đường	54
3.2 Đối với các võ đường	55
3.2.1 Cơ sở vật chất kỹ thuật	55
3.2.2 Tổ chức hoạt động	56
3.2.3 Xây dựng các chương trình biểu diễn phục vụ khách du lịch	57
3.2.4 Xây dựng sản phẩm du lịch và dịch vụ bổ sung	58
3.3 Xây dựng chương trình du lịch	60
3.4 Marketing	73
3.4.1 Phương tiện truyền thông	73
3.4.2 Tuyên truyền và quan hệ công chúng	79
3.4.3 Thúc đẩy tiêu thụ	80
3.4.4 Chào hàng trực tiếp	81
KẾT LUẬN	83
TÀI LIỆU THAM KHẢO	85

PHẦN MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Việt Nam dải đất hình chữ S xinh đẹp đang là sự lựa chọn ngày càng nhiều của khách du lịch. Ngày nay, khi đến Việt Nam, du khách không chỉ muốn nghỉ ngơi, thư giãn tại các bãi biển, các vùng núi cao mà còn thật sự muốn tìm hiểu về văn hóa - đất nước - con người Việt Nam. Hình ảnh nông thôn đồng bằng Bắc Bộ với các kiến trúc và di tích lịch sử như đình, đền, chùa, phong tục tập quán, lễ hội truyền thống là những hình ảnh sống động và có sức hút mạnh mẽ đối với những du khách muốn tìm hiểu, khám phá về bản sắc truyền thống của văn hóa Việt Nam.

Hà Nội - nơi lắng hồn núi sông ngàn năm từ lâu đã là niềm tự hào của người dân Việt Nam, là biểu tượng cho mọi giá trị văn hóa của dân tộc. Cũng chính vì lẽ đó mà Hà Nội mới được mệnh danh là trung tâm du lịch của cả nước - Nơi tập trung rất nhiều tiềm năng du lịch và phát triển đa dạng các loại hình du lịch như du lịch văn hóa, du lịch làng nghề, du lịch Mice... Trong một vài năm gần đây trên thị trường kinh doanh du lịch Hà Nội đã xuất hiện các tour du lịch gắn với võ đường để làm phong phú thêm các sản phẩm du lịch Hà Nội.

Du lịch gắn với võ đường đặc biệt là du lịch võ thuật không phải là loại hình du lịch mới lạ trên thế giới. Những quốc gia châu Á đã phát triển sản phẩm này từ những năm 70 của thế kỷ trước và đã thu được những hiệu quả kinh tế vô cùng to lớn như Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc, Thái Lan. Chính vì vậy mà không ít người đã biết đến những võ đường như Thiếu Lâm Tự, Sumo hay Muay, Taekkyeo. Võ thuật cổ truyền Việt Nam xét về độ hấp dẫn không hề kém cạnh bất kỳ môn võ nào trên thế giới. Võ thuật cổ truyền Việt Nam vốn là tinh hoa văn hoá, là niềm tự hào, gắn liền với lịch sử dựng nước và giữ nước vĩ đại của dân tộc ta. Thế nhưng trong lúc các nước láng

giềng chúng ta như Trung Quốc, Thái Lan đã biến võ thuật trở thành một sản phẩm du lịch đặc thù thì ở Việt Nam nói chung và Hà Nội nói riêng loại hình du lịch này vẫn còn nhỏ lẻ, manh mún, chưa thực sự tương xứng với tiềm năng vốn có. Chính vì vậy em chọn đề tài “ Các võ đường ở Hà Nội với sự phát triển du lịch thủ đô” để tìm hiểu sâu hơn về thực trạng khai thác du lịch và định hướng phát triển của loại hình du lịch này.

2. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu.

Đối tượng nghiên cứu: các võ đường tiêu biểu ở Hà Nội

Phạm vi nghiên cứu: địa bàn Hà Nội

3. Mục đích nghiên cứu.

Nghiên cứu thực trạng phát triển du lịch ở các võ đường ở Hà Nội và đưa ra các giải pháp và định hướng phát triển loại hình du lịch gắn với các võ đường

4. Phương pháp nghiên cứu.

Phương pháp thu thập và xử lý tài liệu.

Khảo sát thực địa

Phương pháp phỏng vấn

5. Kết cấu của đề tài

Gồm ba phần :

Chương 1 : Tổng quan về võ thuật truyền thống Việt Nam.

Chương 2 : Khái quát chung về các võ đường ở Hà Nội và vai trò của nó đối với sự phát triển du lịch.

Chương 3 : Một số giải pháp cơ bản đưa võ đường tại Hà Nội vào khai thác du lịch.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

A. Tài liệu sách, báo, tạp chí

1. Hoàng Đạo Thúy (1994), “ *Thăng Long - Đông Đô - Hà Nội*”, Nxb. Sở văn hóa thông tin Hà Nội. Hà Nội.
2. Lê Kim Hòa, Trần Đức Thọ (1996), “ *Võ thuật cổ truyền Việt Nam*”, Nxb. TP. Hồ Chí Minh, Hồ Chí Minh.
3. Lê Thông, Nguyễn Minh Tuệ (2012), “ *Địa lý du lịch*”, Nxb. Giáo dục, Hà Nội.
4. Mai Văn Muôn (2008), “ *Bước đầu tìm hiểu về võ thuật Việt Nam*”, Nxb. Thể dục thể thao, Hà Nội.
5. Nguyễn Hữu Khai (1998), “ *Bảo long y võ*”, Nxb. Công An Nhân Dân, Hà Nội.
6. Nguyễn Văn Cường (2012), “ *Đời người nghiệp võ*”, Nxb. Thể dục thể thao, Hà Nội.
7. Trần Nhạn (1996), “ *Du lịch và kinh doanh du lịch*”, Nxb. Văn hoá thông tin, Hà Nội
8. Phương Tấn (1999), “ *Sổ tay võ thuật*”, Nxb. Tp. Hồ Chí Minh, Tp. Hồ Chí Minh.

B. Một số tài liệu từ một số Website – mạng internet

1. Việt Nam/du lịch/ Trí tuệ Việt Nam/fpt.vn.
2. Du lịch Việt nam/ [http:// www.fpt.vn](http://www.fpt.vn)
3. <http://voduongngochoa.vn/index.php>
4. <http://www.vduongthienmondao.com>
5. <http://www.vduongythienphuc.com>
6. <http://www.vietnamtradefair.com>
7. <http://www.vietnamtourism.com>