

**TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN HÓA HÀ NỘI**  
**KHOA BẢO TÀNG**

\*\*\*\*\*

**NGUYỄN THỊ THÚY HẰNG**

**SẢN PHẨM LƯU NIỆM TẠI BẢO TÀNG HỒ CHÍ MINH**

**KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP**  
**NGÀNH BẢO TÀNG**

**Người hướng dẫn: TS. Chu Đức Tính**

**Nguyễn Toàn Thịnh**

**HÀ NỘI - 2010**

# MỤC LỤC

## PHẦN MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài .....	4
2. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu.....	6
3. Mục đích nghiên cứu của đề tài .....	6
4. Phương pháp nghiên cứu .....	7
5. Bố cục của đề tài.....	7

## CHƯƠNG 1. KHÁI QUÁT CHUNG VỀ BẢO TÀNG HỒ CHÍ MINH VÀ SẢN PHẨM LƯU NIỆM TRONG BẢO TÀNG

<b>1.1. Một số khái niệm và cơ sở lý luận.....</b>	<b>8</b>
1.1.1. Bảo tàng.....	8
1.1.2. Quản lý bảo tàng.....	10
1.1.3. Công tác giáo dục của bảo tàng .....	11
1.1.4. Marketing bảo tàng .....	12
1.1.5. Sản phẩm lưu niệm trong bảo tàng .....	14
1.1.6. Cửa hàng lưu niệm trong bảo tàng.....	15
1.1.7. Vai trò của sản phẩm lưu niệm đối với các hoạt động của bảo tàng .....	16
<b>1.2. Giới thiệu chung về Bảo tàng Hồ Chí Minh.....</b>	<b>19</b>
1.2.1. Vài nét về sự hình thành và phát triển của BTHCM. ....	19
1.2.2. Cơ cấu tổ chức của BTHCM.....	23
1.2.3. Công tác giáo dục của BTHCM.....	24

## CHƯƠNG 2: SẢN PHẨM LƯU NIỆM TẠI BẢO TÀNG HỒ CHÍ MINH

<b>2.1. Vị trí của sản phẩm lưu niệm tại BTHCM .....</b>	<b>28</b>
<b>2.2. Thực trạng sản phẩm lưu niệm tại BTHCM .....</b>	<b>30</b>

2.2.1. Tổ chức, quản lý gian hàng lưu niệm.....	30
2.2.2. Nguồn gốc, xuất xứ của sản phẩm lưu niệm .....	31
2.2.3. Các loại hình sản phẩm lưu niệm.....	32
2.2.4. Thiết kế, chất liệu, đóng gói của sản phẩm lưu niệm.....	34
2.2.4.1. <i>Thiết kế</i> .....	34
2.2.4.2. <i>Chất liệu</i> .....	35
2.2.4.3. <i>Đóng gói</i> .....	36
2.2.5. Giá cả, chất lượng của sản phẩm lưu niệm .....	37
2.2.5.1. <i>Giá cả</i> .....	37
2.2.5.2. <i>Chất lượng</i> .....	41
2.2.6. Các gian hàng bán sản phẩm lưu niệm.....	43
2.2.7. Khách tham quan và “khách hàng” của Bảo tàng .....	45
2.2.8. Marketing sản phẩm lưu niệm .....	47
2.2.9. Vấn đề về nhãn thông tin và bản quyền với sản phẩm lưu niệm tại Bảo tàng.....	50
<b>2.3. Giá trị của sản phẩm lưu niệm tại BTHCM .....</b>	<b>55</b>
2.3.1. Giá trị giáo dục .....	55
2.3.2. Giá trị lịch sử, văn hóa.....	59
2.3.3. Giá trị sử dụng .....	61
2.3.4. Giá trị thẩm mỹ .....	62
2.3.5. Giá trị lưu niệm.....	63
<b>2.4. Vai trò của sản phẩm lưu niệm tại BTHCM.....</b>	<b>64</b>
2.4.1. Đối với các hoạt động của Bảo tàng .....	64
2.4.2. Đối với công chúng.....	65
<b>CHƯƠNG 3. MỘT SỐ Ý KIẾN NHẬN XÉT VÀ ĐỀ XUẤT</b>	
<b>VỀ SẢN PHẨM LƯU NIỆM TẠI BẢO TÀNG HỒ CHÍ MINH</b>	
<b>3.1. Một số nhận xét về sản phẩm lưu niệm tại BTHCM.....</b>	<b>67</b>
3.1.1. Ưu điểm .....	67

3.1.2. Một số hạn chế còn tồn tại .....	68
<b>3.2. Giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả quản lý và phát triển sản phẩm lưu niệm tại BTHCM .....</b>	<b>70</b>
3.2.1. Nâng cao hiệu quả quản lý và năng lực của người quản lý gian hàng lưu niệm .....	70
3.2.2. Phát triển sản phẩm lưu niệm có nét độc đáo, riêng biệt, phản ánh được nội dung trưng bày, hỗ trợ cho nhiệm vụ giáo dục của BTHCM .....	72
3.2.3. Tạo ra các mặt hàng đa dạng về giá cả, chủng loại, chất liệu, có giá trị sử dụng, phù hợp với nhiều đối tượng khách hàng .....	77
3.2.4. Tổ chức hệ thống cộng tác viên là các họa sĩ, các nghệ nhân, và cơ sở sản xuất.....	78
3.2.5. Nâng cao hiệu quả trưng bày các sản phẩm lưu niệm trong gian hàng .....	79
3.2.6. Không ngừng tìm hiểu nhu cầu khách tham quan.....	82
3.2.7. Nâng cao trình độ của nhân viên bán hàng tại BTHCM .....	83
3.2.8. Nâng cao hiệu quả Marketing – tiếp thị cho sản phẩm lưu niệm.....	85
3.2.8.1. <i>Áp dụng chương trình khuyến mại cho sản phẩm lưu niệm .....</i>	<i>85</i>
3.2.8.2. <i>Xây dựng và quảng bá sản phẩm lưu niệm trên internet .....</i>	<i>86</i>
3.2.8.3. <i>Sách hàng mẫu (Catalog) .....</i>	<i>87</i>
<b>KẾT LUẬN.....</b>	<b>91</b>
<b>TÀI LIỆU THAM KHẢO .....</b>	<b>94</b>
<b>PHỤ LỤC .....</b>	<b>97</b>

## PHẦN MỞ ĐẦU

### 1. Lý do chọn đề tài

Ở những thập niên cuối của thế kỷ trước, việc nghiên cứu và thực hành bảo tàng học đã đặt nền tảng phát triển cho hệ thống các bảo tàng Việt Nam bước vào những năm đầu của thế kỷ 21. Tuy nhiên, trước thực tế sinh động của các hoạt động kinh tế, giao lưu văn hóa, đặc biệt là sự gia tăng tác động của các quan điểm bảo tàng học Âu - Mỹ đã đặt ra những câu hỏi mới cho việc nghiên cứu, ứng dụng của các bảo tàng trong nước.

Khái niệm bảo tàng đã được mở rộng cả về bề rộng lẫn chiều sâu với những nhận thức đầy tính thực tiễn, đưa hoạt động bảo tàng gần gũi, gắn bó hơn với cuộc sống. Sự mở rộng này quyết định, chi phối các hoạt động của bảo tàng, mà sự xuất hiện của cửa hàng lưu niệm trong bảo tàng được coi như bộ phận không thể tách rời, có tác dụng tạo ra nguồn thu để tái đầu tư cho các hoạt động của bảo tàng, đồng thời góp phần thoả mãn các nhu cầu hưởng thụ, vui chơi giải trí và cả nhu cầu mua sắm mang tính văn hoá của công chúng.

Cùng với quá trình đó, ở một số các bảo tàng của Việt Nam đã bắt đầu xuất hiện các sản phẩm như: tranh, ảnh, xuất bản phẩm và nhiều mặt hàng mang tính chất lưu niệm khác đã được bày bán trong các cửa hàng tại bảo tàng. Tuy nhiên rất ít cửa hàng thể hiện đúng tính chất là cửa hàng lưu niệm của bảo tàng: “Các mặt hàng đang được bán ra là hàng sẵn có trên thị trường, giống nhau, chất lượng chưa tốt, rất ít hoặc hầu như không có mặt hàng đặc trưng bảo tàng, thậm chí có mặt hàng không có ý nghĩa văn hoá, giáo dục”<sup>1</sup>. Có thể nói sự xuất hiện của sản phẩm lưu niệm được bày bán trong các cửa hàng lưu niệm tại bảo tàng là việc đáp ứng nhu cầu của khách tham quan một cách tự phát, ít có những quan tâm về vị trí, vai trò và quan hệ của những sản

---

<sup>1</sup> Lê Thị Minh Lý . 2004. “Cửa hàng lưu niệm của bảo tàng”. *Thông báo khoa học – Bảo tàng Cách mạng Việt Nam*. tr. 81.

phẩm lưu niệm đó với nội dung của bảo tàng. Hoặc nếu có thì các bảo tàng chỉ quan tâm đến góc độ kinh tế của việc thuê khoán mặt bằng và kinh doanh các sản phẩm trong quầy hàng đem lại.

Vai trò của cửa hàng lưu niệm trong bảo tàng và các hoạt động của nó thực sự được quan tâm từ Hội thảo “Đổi mới cửa hàng lưu niệm ở bảo tàng” do Bảo tàng Dân tộc học Việt Nam tổ chức vào tháng 3/2003 tại Hà Nội. Tác giả Vũ Mạnh Hà cũng đề cập tới vấn đề này trong tạp chí Văn hoá Nghệ thuật số 4/2004. Gần đây hơn là bài viết “Cửa hàng lưu niệm của bảo tàng” của tác giả Lê Thị Minh Lý trong Thông báo khoa học – BTCM 6/2004. Qua các tài liệu trên, các tác giả đã phân nào khái quát tình hình các cửa hàng lưu niệm, vai trò của nó trong các bảo tàng và hướng phát triển của cửa hàng lưu niệm ở bảo tàng trong tương lai. Có thể nói, vấn đề quan tâm đầu tiên để phát triển các cửa hàng lưu niệm ở bảo tàng trong tương lai là sản phẩm lưu niệm được bày bán trong đó. Từ thực tiễn các bảo tàng cho thấy việc nghiên cứu, thiết kế các mẫu sản phẩm lưu niệm mang đặc trưng của bảo tàng, coi đó như một phần của công tác marketing để xây dựng và phát triển hình ảnh về bảo tàng, cũng như là một hình thức phát huy chức năng giáo dục của bảo tàng, chưa được các bảo tàng nghiên cứu và ứng dụng một cách khoa học và đồng bộ.

Bảo tàng Hồ Chí Minh (BTHCM) là một trung tâm văn hoá, chính trị, nơi hội tụ của đồng bào cả nước và bầu bạn khắp năm châu đến thăm viếng và bày tỏ tình cảm kính trọng đối với vị lãnh tụ vĩ đại của nhân dân Việt Nam. BTHCM là một trong những bảo tàng ở Việt Nam có số lượng công chúng đông đảo nhất. Để có được thành công đó, BTHCM, ngoài việc tổ chức trưng bày cố định và chuyên đề phục vụ công chúng, đã kết hợp bổ sung nhiều hoạt động phong phú, hấp dẫn khác làm tăng thêm giá trị các cuộc tham quan. Cùng với các hoạt động như trưng bày trình diễn, hội thảo...hoạt động dịch vụ trong BTHCM cũng từng bước khẳng định vai trò của mình trong tổng thể

phát triển đó. Và các gian hàng lưu niệm là điểm dừng chân của hầu hết các du khách khi đến tham quan BTHCM.

Tuy vậy, các sản phẩm lưu niệm của bảo tàng cần có nét độc đáo riêng biệt, phải phản ánh được nội dung trưng bày, hỗ trợ cho nhiệm vụ giáo dục của bảo tàng. Tại BTHCM, dung lượng các sản phẩm lưu niệm mang đặc trưng của bảo tàng hoặc do bảo tàng tạo ra còn rất hạn chế. Phần lớn các sản phẩm được bày bán trong khu vực dịch vụ có nguồn gốc và tính chất không thể hiện được tính độc đáo và ý nghĩa giáo dục bảo tàng, cũng như ít có mối quan hệ với hình ảnh của BTHCM. Bên cạnh đó, công tác quản lý và tổ chức các hoạt động liên quan tới sản phẩm lưu niệm cũng đặt ra những yêu cầu cấp bách để thực hiện chức năng giáo dục, đáp ứng hơn nữa nhu cầu của khách tham quan đến với Bảo tàng.

Xuất phát từ việc tiếp cận về mặt cơ sở lý luận bảo tàng học mới và thực tiễn các hoạt động liên quan đến sản phẩm lưu niệm tại BTHCM, chúng tôi lựa chọn đề tài “Sản phẩm lưu niệm tại BTHCM” làm nội dung nghiên cứu của bài Khóa luận tốt nghiệp chuyên ngành Bảo tàng.

## **2. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu**

Đối tượng nghiên cứu của khóa luận là sản phẩm lưu niệm và các hoạt động liên quan tới sản phẩm lưu niệm tại BTHCM.

Phạm vi nghiên cứu:

- + Về không gian: các gian hàng lưu niệm tại BTHCM
- + Về thời gian: từ tháng 2/2010 – tháng 5/2010.

## **3. Mục đích nghiên cứu của đề tài**

Khoá luận tập trung nghiên cứu làm rõ chức năng giáo dục, hiệu quả giáo dục của các sản phẩm lưu niệm trong bảo tàng, cụ thể tại BTHCM và thông qua các sản phẩm lưu niệm đang bày bán trong các gian hàng lưu niệm tại BTHCM. Từ thực trạng sản phẩm lưu niệm tại BTHCM, khoá luận tìm

kiểm những giải pháp nhằm nâng cao hiệu quả giáo dục, công tác quản lý và phát triển sản phẩm lưu niệm tại BTHCM.

#### **4. Phương pháp nghiên cứu**

Khoá luận vận dụng phương pháp luận khoa học của chủ nghĩa Mác – Lênin xem xét, đánh giá các sự vật, hiện tượng trong quá trình nghiên cứu; vận dụng Tư tưởng Hồ Chí Minh về Văn hoá, Bảo tàng làm quan điểm nhất quán, xuyên suốt để tiếp cận thực tiễn đề tài và nghiên cứu các ý kiến về giải pháp.

Về phương pháp nghiên cứu, khoá luận sử dụng một số phương pháp nghiên cứu của các bộ môn khoa học có liên quan, cần thiết cho quá trình triển khai đề tài: Bảo tàng học, Văn hoá học, Khoa học quản lý, Tâm lý học và Xã hội học...

Khoá luận còn sử dụng phương pháp nghiên cứu tài liệu; ngoài việc khai thác số liệu thực tế, trực tiếp tiến hành quan sát, thu thập thông tin, trưng cầu ý kiến, phỏng vấn theo bảng hỏi, thống kê - phân loại, so sánh, phân tích - tổng hợp...

#### **5. Bố cục của đề tài**

Ngoài phần mở đầu, phần kết luận, tài liệu tham khảo và phụ lục, khoá luận được chia làm ba chương:

Chương 1. Khái quát chung về Bảo tàng Hồ Chí Minh và sản phẩm lưu niệm trong bảo tàng.

Chương 2. Sản phẩm lưu niệm tại Bảo tàng Hồ Chí Minh

Chương 3. Một số ý kiến nhận xét và đề xuất về sản phẩm lưu niệm tại Bảo tàng Hồ Chí Minh.



## TÀI LIỆU THAM KHẢO

### Tiếng Việt

1. Luật Di sản văn hóa năm 2001 được sửa đổi, bổ sung năm 2009. 2009. Hà Nội: NXB Chính trị Quốc gia.
2. Bảo tàng Cách mạng Việt Nam. 2001. *Hoạt động giáo dục của bảo tàng trong cơ chế thị trường* (Đề tài nghiên cứu khoa học cấp bộ). Hà Nội.
3. Bảo tàng Dân tộc học Việt Nam. 1999. *Các công trình nghiên cứu của Bảo tàng Dân tộc học Việt Nam*. Tập I. Hà Nội: Nxb KHXH.
4. Bảo tàng Hồ Chí Minh. 1997. *Bản thuyết minh của Bảo tàng Hồ Chí Minh*. Hà Nội.
5. Bảo tàng Hồ Chí Minh, Khu di tích Hồ Chí Minh tại Phủ Chủ tịch, Sở Văn hóa thông tin Nghệ An, Cục Di sản văn hóa. 2005. *Bảo tồn và phát huy giá trị di sản văn hóa Hồ Chí Minh* (Kỷ yếu Hội thảo khoa học). Hà Nội: Nxb Thanh niên.
6. Bảo tàng Hồ Chí Minh. 1997. *Tham luận hội thảo đổi mới trưng bày*. Tập I. Hà Nội.
7. Bảo tàng Hồ Chí Minh. 1997. *Tham luận hội thảo đổi mới trưng bày*. Tập II. Hà Nội.
8. Bộ Giáo dục và đào tạo. 2009. *Giáo trình tư tưởng Hồ Chí Minh*. Hà Nội: Nxb Chính trị Quốc gia.
9. Bộ Văn hóa – Thể thao và Du lịch, Cục Di sản văn hóa (ngày 22 - 24/9/2009). *Bảo tàng, di tích và du lịch* (Kỷ yếu và Tài liệu tham khảo – Tập huấn chuyên đề về phát triển du lịch dành cho thuyết minh viên bảo tàng để nâng cao chất lượng sản phẩm du lịch). Hà Nội.
10. Bộ Văn hóa thông tin, Cục Di sản văn hóa. 2005. *Hội đồng quốc tế các bảo tàng – lịch sử và quy tắc đạo đức bảo tàng*. Hà Nội.

11. Cục Di sản văn hóa, Bảo tàng Hồ Chí Minh. 2005. *Công tác giáo dục của bảo tàng* (Tham luận tọa đàm khoa học – thực tiễn). Hà Nội.
12. TS. Đỗ Minh Cao. 2002. “Tiếp thị tại Bảo tàng Dân tộc học Việt Nam”, *Đổi mới tiếp cận dân tộc học trong các bảo tàng*. Hà Nội: Nxb VH - TT.
13. G. Edson, D. Dean. 2001. *Cẩm nang bảo tàng* (bản dịch). Hà Nội: Bảo tàng Cách mạng Việt Nam.
14. Vũ Mạnh Hà. 2004. “Vai trò của cửa hàng lưu niệm trong bảo tàng”. *Văn hóa nghệ thuật* (số 4). Tr. 28 – 31.
15. Phạm Thu Hằng. 2005. *Bảo tàng Dân tộc học Việt Nam với hoạt động giáo dục văn hóa truyền thống* (Luận văn Thạc sỹ Văn hóa học). Trường ĐHVHHN. Hà Nội.
16. Nguyễn Thị Huệ (chủ biên). 2008. *Cơ sở bảo tàng học*. Hà Nội: Nxb ĐH Quốc gia Hà Nội.
17. PGS.TS Nguyễn Văn Huy. 2009. “Vấn đề thương hiệu của bảo tàng”. Hội thảo về vấn đề thương hiệu bảo tàng tổ chức tại Bảo tàng Hồ Chí Minh. Hà Nội
18. Nguyễn Văn Huy. 2005. “Một số vấn đề phát triển cửa hàng lưu niệm của bảo tàng Dân tộc học Việt Nam”. *Từ dân tộc học đến bảo tàng Dân tộc học con đường học tập và nghiên cứu*. Tập II. Hà Nội: Nxb KHXH.
19. Ngô Vĩnh Kỳ, Lý Thục Bình, Trương Văn Lập. 1999. *Khái luận bảo tàng học di chỉ*. Nxb Nhân dân Thiểm Tây Trung Quốc.
20. Phan Thanh Lâm, Nguyễn Trung Hiếu. 2009. *Kỹ năng quản lý cửa hàng – siêu thị*. Hà Nội: Nxb Phụ nữ.
21. Lê Thị Minh Lý. 2004. “Cửa hàng lưu niệm của bảo tàng”. *Thông báo khoa học – Bảo tàng Cách mạng Việt Nam*. Tr. 80 - 83.
22. Lâm Nhân. 2005. “Công chúng và công tác giáo dục của bảo tàng”. *Văn hóa nghệ thuật* (số 8). Tr. 49 – 51.

23. Timothy Ambrose, Crispin Paine. 2000. *Cơ sở Bảo tàng* (bản dịch). Hà Nội: Bảo tàng Cách mạng Việt Nam
24. Nguyễn Thịnh. 2004. *Quản lý bảo tàng*. Trường ĐHVHHN. Hà Nội.
25. Trường Tâm, Thanh Long, Hoàng Yên. 2008. *Nghệ thuật tiếp thị trong thời đại thông tin*. Hà Nội: Nxb Văn Nghệ.
26. Phạm Viết Vượng. 2000. *Giáo dục học*. Hà Nội: Nxb ĐH quốc gia.

### **Tiếng Anh**

27. Gail Dexter Lord, Barry Lord. 1997. *The manual of museum management*. Oxford: Altamira Press.
28. Mary Miley Theobald. 1991. *Museum store management*. Tennessee: American Association for State and Local History