

**TRƯỜNG ĐẠI HỌC VĂN HÓA HÀ NỘI**  
**KHOA QUẢN LÝ VĂN HÓA – NGHỆ THUẬT**

**ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP MARKETING**  
**PHÁT TRIỂN DU LỊCH LÀNG NGHỀ**  
**NAM ĐỊNH**

**KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP**  
**CỬ NHÂN VĂN HÓA**

**Giảng viên hướng dẫn : *Ths. Phạm Bích Huyền***

**Sinh viên thực hiện : *Bùi Thu Thương***

**Lớp : *Quản lý văn hoá 7C***

**Niên khóa : *2006- 2010***

**HÀ NỘI – 2010**

## MỤC LỤC

<b>MỞ ĐẦU</b> .....	3
<b>CHƯƠNG 1 GIỚI THIỆU CHUNG VỀ DU LỊCH LÀNG NGHỀ VÀ LÀNG NGHỀ TỈNH NAM ĐỊNH</b>	
<b>1.1 Du lịch làng nghề Việt Nam- một số vấn đề lý luận</b>	
1.1.1. Du lịch	
1.1.2 Làng nghề thủ công truyền thống ở Việt Nam	
1.1.3 Du lịch làng nghề Việt Nam	
<b>1.2 Vài nét về tỉnh Nam Định và các làng nghề tiêu biểu</b>	
1.2.1 Vài nét về tỉnh Nam Định	
1.2.2. Vài nét về các làng nghề tiêu biểu	
<b>CHƯƠNG 2 THỰC TRẠNG MARKETING DU LỊCH LÀNG NGHỀ NAM ĐỊNH (TRONG SỰ ĐỐI SÁNH VỚI LÀNG GÓM BÁT TRÀNG VÀ LỤA VẠN PHÚC – HÀ NỘI)</b>	
<b>2.1. Marketing và Marketing du lịch</b>	
2.1.1. Marketing căn bản	
2.1.2. Marketing du lịch	
<b>2.2. Nghiên cứu trường hợp Marketing du lịch làng nghề gốm Bát Tràng và lụa Vạn Phúc- Hà Nội</b>	
2.2.1. Tiềm năng phát triển du lịch	
2.2.2. Xác định thị trường mục tiêu	
2.2.3. Thiết kế sản phẩm du lịch	
2.2.4. Chính sách giá cả	
2.2.5. Hệ thống phân phối	
2.2.6. Hoạt động quảng bá, xúc tiến du lịch làng nghề	
<b>2.3. Thực trạng hoạt động Marketing du lịch làng nghề Nam Định</b>	
2.3.1. Tiềm năng du lịch làng nghề Nam Định	
2.3.2. Thực trạng hoạt động Marketing du lịch làng nghề Nam Định	
<b>CHƯƠNG 3 ĐỀ XUẤT GIẢI PHÁP MARKETING PHÁT TRIỂN DU LỊCH LÀNG NGHỀ NAM ĐỊNH</b>	
<b>3.1 Triển khai các hoạt động nghiên cứu thị trường</b>	
<b>3.2 Đa dạng hóa các loại hình sản phẩm du lịch.</b>	
<b>3.3 Xây dựng chính sách giá cả hợp lý và linh hoạt</b>	
<b>3.4 Tối ưu hóa các kênh phân phối sản phẩm</b>	
<b>3.5 Đổi mới hoạt động quảng bá xúc tiến</b>	
<b>KẾT LUẬN</b>	
<b>TÀI LIỆU THAM KHẢO</b> .....	108

## MỞ ĐẦU

Từ xưa đến nay, hàng thủ công truyền thống có giá trị rất lớn trong đời sống vật chất cũng như tinh thần của con người Việt Nam. Ngoài những giá trị vật chất, nó còn mang những giá trị văn hóa đậm nét. Có thể nói yếu tố văn hóa Việt Nam kết tinh trong những sản phẩm thủ công truyền thống. Chính vì thế, sản phẩm thủ công truyền thống có sức hấp dẫn lớn với khách du lịch, đặc biệt là khách du lịch quốc tế. Chúng đã trở thành hàng hóa, thành đồ lưu niệm cho các du khách, vừa mang lại hiệu quả kinh tế cho người sản xuất, vừa góp phần thúc đẩy du lịch của địa phương, vừa là phương tiện quảng bá hữu hiệu cho văn hóa Việt Nam.

Do những quy định về kinh tế, xã hội, tâm lý tập quán và những điều kiện tự nhiên, ở nông thôn Việt Nam đã tồn tại những làng nghề truyền thống với bề dày lịch sử hàng trăm năm và với nhiều loại sản phẩm nổi tiếng bởi độ độc đáo và độ tinh xảo cao. Các làng nghề truyền thống ngày càng được khẳng định vai trò của nó trong sự phát triển kinh tế của đất nước.

Phát triển hình thức du lịch làng nghề là một trong số các xu hướng vận động của làng nghề trong quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa đất nước. Chúng ta đều biết rằng tiềm năng du lịch ở các làng nghề truyền thống là rất lớn. Mỗi làng nghề gắn với một vùng văn hóa, hệ thống di tích và các truyền thống riêng, với cung cách sáng tạo sản phẩm riêng. Vì vậy, phát triển du lịch qua các làng nghề truyền thống là một hướng đi phù hợp. Một số làng nghề đã phát triển hình thức này, coi đây là cách thức nhằm giới thiệu, quảng bá làng nghề và sản phẩm truyền thống, qua đó tạo lập thị trường tiêu thụ sản phẩm rất thành công ví dụ như làng lụa Vạn Phúc, gốm Bát Tràng - Hà Nội. Tuy nhiên, mô hình này chưa được nhân rộng ra khắp cả nước hoặc chưa có những thành quả xứng đáng. Du lịch làng nghề của tỉnh Nam Định cũng ở trong tình trạng như vậy.

Nam Định không chỉ biết đến là mảnh đất phát tích của nhà Trần với nhiều địa danh, lễ hội, sản vật nổi tiếng mà còn là nơi có nhiều làng nghề thủ công truyền thống, có tuổi đời hàng trăm năm hiện đang còn phát triển rất tốt. Đó là làng nghề chạm khắc gỗ La Xuyên, làng sơn mài Cát Đằng, làng đúc đồng Tống Xá, làng tre đan Vĩnh Hào, làng cây cảnh Vy Khê... nhiều làng có điều kiện phát triển thành điểm tham quan du lịch. Tuy nhiên, du lịch làng nghề Nam Định hầu như chưa phát triển. Du khách không biết đến các làng nghề, các công ty lữ hành chưa đưa chúng vào các tour du lịch, không có hoạt động giới thiệu, quảng bá. Du lịch làng nghề tỉnh Nam Định vẫn đang trong tình trạng “ngủ quên” như một số nhà nghiên cứu đã nói.

Mặt khác, hiện nay, khi quá trình công nghiệp đang diễn ra mạnh mẽ, máy móc, dây chuyền và công nghệ cao đang dần thay thế sức người, thì ngay bản thân trong các sản phẩm thủ công truyền thống bước đầu đã có sự xâm nhập của kỹ thuật hiện đại làm mất dần đi những nét thủ công tinh xảo được làm nên từ bàn tay tài hoa của các nghệ nhân. Điều này báo hiệu sự mai một không xa của các làng nghề truyền thống. Một trong những giải pháp hạn chế sự mai một này là đưa làng nghề sống trong môi trường của hoạt động du lịch, nhằm bảo tồn được những giá trị văn hóa qua sự tìm tòi văn hóa của du khách trong các tour.

Tuy nhiên, đối với thực trạng du lịch của làng nghề Nam Định hiện nay, điều cốt yếu phải tìm ra đó là thị trường và việc thiết kế được các sản phẩm du lịch tại đây. Các giải pháp vĩ mô cũng khá quan trọng, song trong điều kiện có hạn của bài khóa luận, cũng như nằm trong những hiểu biết ít ỏi của bản thân, tôi lấy đề tài “*Đề xuất giải pháp Marketing phát triển du lịch làng nghề Nam Định*” làm khóa luận tốt nghiệp của mình.

Bài khóa luận cũng là tấm lòng của người con Nam Định muốn đóng góp sức mình cho công cuộc xây dựng quê hương ngày một giàu đẹp, phát triển.

## **2. Tình hình nghiên cứu vấn đề**

Hiện nay, đã có một số công trình nghiên cứu, bài viết về tỉnh Nam Định, các làng nghề tỉnh Nam Định. Dưới đây xin liệt kê một số tác phẩm như thế.

Tác phẩm “*Địa chí Nam Định*”, nhà xuất bản Chính trị quốc gia năm 2003. Trong cuốn sách có nhiều tư liệu liên quan đến nội dung nghiên cứu của đề tài. Trước hết được phác thảo bức tranh toàn cảnh về tỉnh Nam Định, cuốn sách đã cung cấp những tư liệu về địa lý hành chính, đặc điểm địa lý tự nhiên, tổng quan về tình hình dân cư ở Nam Định, phác thảo một vài nét về đời sống kinh tế bao gồm: kinh tế nông nghiệp truyền thống, thủ công nghiệp truyền thống, thương nghiệp. Trong phần viết về nghề thủ công truyền thống cuốn sách đã thống kê giới thiệu một số nghề thủ công tiêu biểu trong đó có làng đúc đồng Tống Xá và làng chạm khắc gỗ La Xuyên - Ý Yên. Cũng trong cuốn này, có một phần giới thiệu lễ hội của hai làng nghề nói trên.

Tác giả Vũ Ngọc Lý với tác phẩm “*Thành Nam xưa*” xuất bản năm 1995, trong đó đề cập tới sự phát triển kinh tế của Nam Định xưa, có giới thiệu về những đường phố có nghề thủ công và bán các sản phẩm của làng nghề thủ công. Đặc biệt sản phẩm làng nghề La Xuyên cũng được tác giả đề cập tới trong cuốn sách này. Sách còn tập trung giới thiệu về các làng nghề khác trong tỉnh cùng các sản phẩm tiêu biểu của họ.

Ngoài ra cũng có nhiều tác phẩm khác được sử dụng làm cơ sở lý luận cho đề tài khóa luận: “*Làng nghề thủ công truyền thống Việt Nam*” của tác giả Bùi Văn Vượng, xuất bản năm 2002; cuốn sách “*Làng nghề truyền thống trong quá trình công nghiệp hóa hiện đại hóa*” của tác giả Trần Minh Yên,

xuất bản năm 2004, cũng một số bài báo đề cập tới làng nghề Nam Định trên các báo, tạp chí như trên *Tạp chí Di sản, Tạp chí Du lịch...*

Nhìn chung, các tác phẩm, các bài viết cho ta cái nhìn khái quát về Nam Định và các làng nghề trong nhiều giai đoạn lịch sử khác nhau, đã có những bài viết bước đầu đề cập đến vấn đề phát triển du lịch làng nghề Nam Định nhưng mới chỉ dừng lại ở việc đánh giá những tiềm năng bị bỏ ngỏ.

Khóa luận tốt nghiệp với đề tài “*Đề xuất giải pháp Marketing phát triển du lịch làng nghề Nam Định*” là sự tổng hợp những kiến thức trong các tác phẩm trên, kết hợp với sự đánh giá, phân tích của tôi trong quá trình đi thực tế, nhằm trong sự đối sánh với các điển hình làng nghề làm du lịch khác để đưa ra được những giải pháp hiệu quả và khả thi nhất.

### **3. Mục đích nghiên cứu**

- Tìm hiểu tiềm năng du lịch làng nghề truyền thống tỉnh Nam Định. Qua đó giới thiệu du khách về bốn làng nghề tiêu biểu của vùng đất Nam Định nay, Thiên Trường xưa.

- Tìm hiểu thực trạng hoạt động Marketing du lịch của Trung tâm xúc tiến và phát triển du lịch tỉnh Nam Định, hãng lữ hành trong tỉnh và tại ngay chính các làng nghề. Từ đó nhận định về thực trạng khai thác tiềm năng du lịch làng nghề của tỉnh Nam Định.

- Đề xuất giải pháp Marketing nhằm phát triển du lịch làng nghề Nam Định tương xứng với tiềm năng.

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

#### **4.1. Đối tượng nghiên cứu**

- Nghiên cứu hoạt động Marketing khai thác du lịch làng nghề tại hai điển hình du lịch làng nghề gồm Bát Tràng và lụa Vạn Phúc - Hà Nội.

- Nghiên cứu bốn làng nghề tiêu biểu trên địa bàn tỉnh Nam Định:

+ Làng chạm khắc gỗ La Xuyên – Ý Yên

- + Làng sơn mài Cát Đằng – Ý Yên
- + Làng đúc đồng Tống Xá – Ý Yên
- + Làng cây cảnh Vỹ Khê – Nam Trực

Đánh giá những tiềm năng du lịch và thực trạng khai thác tiềm năng.

#### **4.2. Phạm vi nghiên cứu**

\* *Phạm vi không gian nghiên cứu*: sáu làng nghề kể trên là không gian nghiên cứu tập trung của khóa luận. Ngoài ra, để có cái nhìn tổng quan về tình hình phát triển du lịch làng nghề Nam Định, đề tài mở rộng nghiên cứu tới một số điểm du lịch khác trong và ngoài tỉnh.

\* *Thời gian nghiên cứu*: nghiên cứu tình hình phát triển du lịch làng nghề trong khoảng thời gian từ 2002 đến nay, có sự đối sánh giữa việc phát triển du lịch làng nghề tỉnh Nam Định với hai điển hình du lịch làng nghề nói trên, và sự so sánh ngay giữa hai làng nghề này.

#### **5. Phương pháp nghiên cứu.**

- Thu thập và xử lý số liệu
- Phương pháp thực địa và phỏng vấn trực tiếp
- Phương pháp so sánh và tổng hợp

#### **6. Bố cục khóa luận**

Ngoài phần mở đầu, kết luận và phụ lục, khóa luận tốt nghiệp bao gồm 3 chương

- Chương 1: Giới thiệu chung về du lịch làng nghề và làng nghề tỉnh Nam Định

- Chương 2: Thực trạng Marketing du lịch làng nghề Nam Định (trong sự đối sánh với làng gốm Bát Tràng và làng lụa Vạn Phúc - Hà Nội).

- Chương 3: Đề xuất giải pháp Marketing phát triển du lịch làng nghề Nam Định.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Lê Thị Kiều Anh (1999), *Làng nghề Vạn Phúc với sự phát triển văn hóa Hà Tây*, Luận văn tốt nghiệp đại học, ĐHVH
2. Lê Hải, *Môi trường làng nghề với việc phát triển du lịch bền vững*, Tạp chí Du lịch Việt Nam, số 3/2006
3. Đỗ Thị Hào (2001), *Nghề thủ công truyền thống Việt Nam và các vị tổ nghề*, NXB Văn hóa dân tộc.
4. Trương Minh Hằng (2006), *Làng nghề thủ công mỹ nghệ miền Bắc*, NXB Mỹ thuật.
5. Thu Hiền, *Làng nghề truyền thống Nam Định từ quá khứ về tương lai*, Tạp chí Di sản văn hóa, số 9/2004.
6. Mai Thế Hớn (2003), *Phát triển làng nghề trong quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa*, NXB Chính trị Quốc gia Hà Nội
7. Trần Đoàn Kim (2007), *Chiến lược Marketing đối với hàng thủ công mỹ nghệ của các làng nghề Việt Nam đến năm 2010*, Luận án tiến sĩ kinh tế, Đại học Kinh tế Quốc dân.
8. Lại Hồng Khánh, *Hà Tây đẩy mạnh phát triển du lịch làng nghề*, Tạp chí Du lịch Việt Nam, số 1/2005.
9. Nguyễn Trùng Khánh (2008), *Giáo trình Marketing du lịch*, NXB Lao động xã hội
10. Vũ Ngọc Khánh (1991), *Lược truyện thần tổ các ngành nghề*, NXB Khoa học xã hội
11. Vũ Ngọc Khánh (2001), *Làng nghề văn hóa cổ truyền Việt Nam*, NXB Thanh Niên
12. Lê Thị Hoài Linh, *Làng nghề Vạn Phúc*, Tạp chí Văn hóa nghệ thuật, số 4/2005.
13. Vũ Ngọc Lý (1995), *Thành Nam xưa*



14. Trần Ngọc Nam (2005), *Marketing du lịch*, NXB Thành phố Hồ Chí Minh
15. Dương Bá Phượng (2001), *Bảo tồn và phát triển các làng nghề trong quá trình công nghiệp hóa*, NXB Khoa học xã hội.
16. Phạm Côn Sơn (2004), *Làng nghề truyền thống Việt Nam*, NXB Văn hóa dân tộc.
17. Phạm Quốc Sử (2007), *Phát triển du lịch làng nghề: nghiên cứu trường hợp tỉnh Hà Tây*, NXB Đại học Quốc gia Hà Nội
18. Hải Thu, *Đề khai thác có hiệu quả du lịch làng nghề Nam Định*, Tạp chí Du lịch Việt Nam, số 9/2004
19. Vũ Huy Thúc (1996), *Tiểu thủ công nghiệp Việt Nam*, NXB Khoa học xã hội.
20. Bùi Văn Vượng (2004), *Làng nghề thủ công truyền thống Việt Nam*, NXB Văn hóa thông tin
21. Trần Quốc Vượng (2000), *Văn hóa Việt – tìm tòi và suy ngẫm*, NXB Văn hóa dân tộc – Hà Nội
22. Trần Minh Yên (2004), *Làng nghề truyền thống trong quá trình công nghiệp hóa, hiện đại hóa*, NXB Khoa học xã hội
23. NXB Chính trị Quốc gia (2003), *Địa chí Nam Định*
24. NXB Chính trị Quốc gia (2005), *Nam Định thế và lực mới trong thế kỉ XXI*
25. NXB Văn hóa thông tin Hà Nội (2000), *Non nước Việt Nam*