

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC HÙNG VƯƠNG - TP.HCM
KHOA DU LỊCH**



KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP

Đề tài:

**VAI TRÒ CỦA QUÀ LƯU NIỆM TRONG
PHÁT TRIỂN DU LỊCH TẠI THÀNH PHỐ
HỒ CHÍ MINH**

GVHD: TS. ĐỖ QUỐC THÔNG

SVTH : CHÂU THỊ PHƯƠNG

MSSV : 120600138

LỚP : 06DLQT

NIÊN KHÓA: 2006 - 2010

PHẦN MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

- Trong những năm gần đây, lượng du khách đến Việt Nam ngày càng tăng cũng như số lượng người Việt Nam đi du lịch trong và ngoài nước cũng tăng lên đáng kể..

- Thành phố Hồ Chí Minh được xem là trung tâm kinh tế phát triển năng động của cả nước và hàng năm đã đón được khoảng 2 triệu du khách quốc tế.

- Theo thống kê có 70% du khách đến Việt Nam và không quay trở lại với rất nhiều lý do. Chính vì thế việc đầu tư, mở rộng các dịch vụ vui chơi, giải trí và các khu trung tâm mua sắm dành cho du khách nằm trong chương trình phát triển du lịch của Thành phố.

- Là một sinh viên học ngành du lịch, trong quá trình học tập thực tế đã được đi qua nhiều địa danh của đất nước, được tìm hiểu rất nhiều sản phẩm du lịch của nước ta và nhận thấy rằng việc phát triển du lịch không chỉ đơn giản là có nhiều điểm tham quan, thắng cảnh đẹp mà đó là sự kết hợp giữa tham quan, vui chơi giải trí và mua sắm.

- Với tất cả các lý do trên, cuối cùng tôi đã chọn đề tài: ***“Vai trò của quà lưu niệm trong phát triển du lịch tại Thành phố Hồ Chí Minh”*** để làm đề tài nghiên cứu trong khóa luận tốt nghiệp ra trường.

2. Mục đích nghiên cứu

- Đánh giá vai trò của quà lưu niệm trong phát triển du lịch tại TP.HCM.

- Hệ thống lại các mặt hàng quà lưu niệm của Thành phố.

- Bước đầu đề ra những định hướng, giải pháp cho phát triển sản phẩm quà lưu niệm của Thành phố.

3. Đối tượng nghiên cứu

- Đối tượng: các mặt hàng quà lưu niệm được bán tại Thành phố Hồ Chí Minh

- Phạm vi: vai trò của quà lưu niệm trong phát triển du lịch tại Thành phố Hồ Chí Minh và tầm quan trọng của quà lưu niệm trong việc thu hút du khách.

4. Lịch sử nghiên cứu

- Đề tài về quà lưu niệm từng được chị Ngô Mỹ Duyên khóa 03 DLHD khai thác về khía cạnh “Thực trạng và định hướng một số mặt hàng quà lưu niệm trong hoạt động du lịch tại Thành phố Hồ Chí Minh”.

- Bên cạnh đó cũng có nhiều bài báo viết về sự yếu kém các mặt hàng lưu niệm của Việt Nam.

5. Phương pháp nghiên cứu

5.1. Phương pháp thu thập và xử lý thông tin

5.2. Phương pháp tiếp cận và phân tích hệ thống

5.3. Phương pháp điều tra xã hội học

6. Ý nghĩa của đề tài

6.1. Ý nghĩa thực tiễn

- Giúp rèn luyện kỹ năng nghiên cứu, sử dụng các phương pháp luận đã được học để giải quyết vấn đề, rèn luyện tốt kỹ năng trình bày một đề tài nghiên cứu khoa học.

- Đóng góp cho việc hệ thống hóa lại các mặt hàng quà lưu niệm tại Thành phố Hồ Chí Minh.

6.2. Ý nghĩa khoa học

- Góp phần quảng bá hình ảnh đất nước, con người, bản sắc văn hóa Việt thông qua những món quà lưu niệm đặc trưng của Việt Nam nói chung và Thành phố Hồ Chí Minh nói riêng.

- Từ đó, có chiến lược tốt nhất để khai thác, quảng bá sản phẩm quà lưu niệm đến du khách.

7. Bố cục đề tài

❖ Phần mở đầu: bao gồm 7 mục

1. Lý do chọn đề tài
2. Mục đích nghiên cứu
3. Đối tượng nghiên cứu
4. Lịch sử nghiên cứu

5. Phương pháp nghiên cứu

6. Ý nghĩa đề tài

7. Bố cục đề tài

❖ **Phần nội dung: bao gồm 3 chương**

Chương I: Cơ sở lý luận

Chương II: Tổng quan về tình hình phát triển du lịch tại TP.HCM.

Chương III: Vai trò của quà lưu niệm trong phát triển du lịch tại TP.HCM.

CHƯƠNG I: CƠ SỞ LÝ LUẬN

I. CÁC KHÁI NIỆM CƠ BẢN VỀ SẢN PHẨM DU LỊCH

1. Định nghĩa về du lịch

Theo luật du lịch: Du lịch là các hoạt động có liên quan đến chuyến đi của con người ngoài nơi cư trú thường xuyên của mình nhằm đáp ứng nhu cầu tham quan, tìm hiểu, giải trí, nghỉ dưỡng trong một khoảng thời gian nhất định.

2. Định nghĩa về sản phẩm du lịch

Điều 4 chương I của Luật du lịch giải thích từ ngữ: “Sản phẩm du lịch là tập hợp các dịch vụ cần thiết để thỏa mãn nhu cầu của khách du lịch trong chuyến đi du lịch”.

3. Cơ cấu của sản phẩm du lịch

Sản phẩm du lịch là một tổng thể bao gồm các thành phần không đồng nhất giữa hữu hình và vô hình, bao gồm:

- Tài nguyên du lịch (Tài nguyên du lịch nhân văn và tài nguyên du lịch tự nhiên).
- Cơ sở hạ tầng, cơ sở vật chất – kỹ thuật phục vụ du lịch.
- Con người.

4. Đặc trưng của sản phẩm du lịch

- Sản phẩm du lịch là sự tổng hợp giữa các ngành kinh doanh khác nhau.
- Sản phẩm du lịch thường ở xa khách hàng.

- Thông thường, khách mua sản phẩm du lịch trước khi nhìn thấy sản phẩm.
- Thời gian mua, thấy và sử dụng sản phẩm du lịch thường kéo dài.
- Sản phẩm du lịch không thể dịch chuyển được, trừ hàng hóa lưu niệm.
- Sản phẩm du lịch không thể dự trữ, trừ hàng hóa lưu niệm.
- Khách mua sản phẩm du lịch thường ít trung thành với sản phẩm.
- Sản phẩm du lịch dễ bị thay đổi do đổi mới và điều kiện tự nhiên.
- Sản phẩm du lịch thường có tính không đồng nhất.
- Sản phẩm du lịch rất dễ bị bắt chước.

II. CÁC KHÁI NIỆM CƠ BẢN VỀ QUÀ LƯU NIỆM

1. Khái niệm về quà lưu niệm

Quà lưu niệm là vật mà người ta mua, nhận như quà tặng và giữ để nhắc ta nhớ tới một người, một địa điểm hoặc sự kiện nào đó.

2. Đặc điểm của quà lưu niệm

- Quà lưu niệm là sản phẩm chứa đựng sự kết tinh sức lao động của những nghệ nhân truyền thống.
- Sản phẩm quà lưu niệm phải mang tính đặc trưng của khu vực, tức là phải có tính truyền thống, phản ánh được phần nào hình ảnh của khu vực và con người sinh sống nơi đó.
- Nguồn nguyên liệu làm ra quà lưu niệm cũng phải xuất phát từ khu vực địa phương.
- Quà lưu niệm là một trong sản phẩm du lịch có thể dịch chuyển và lưu giữ được.

3. Ý nghĩa của quà lưu niệm

Quà lưu niệm hàm chứa một ý nghĩa hết sức đặc biệt, không chỉ làm người nhận nhớ người tặng quà, mà còn là sự ghi lại một kỷ niệm và mang thông điệp đặc trưng văn hóa của nơi sản xuất ra nó.

4. Giá trị của quà lưu niệm

4.1 Giá trị về mặt kinh tế

- Tạo ra công ăn việc làm cho người dân địa phương.
- Ổn định cuộc sống và kinh tế của địa phương.
- Làm tăng doanh thu cho ngành du lịch và nền kinh tế.

4.2 Giá trị về mặt văn hóa, tinh thần

- Thông qua các mặt hàng quà lưu niệm, du khách phần nào thấy được hình ảnh con người, đất nước Việt Nam nói chung và bản sắc văn hóa của người Việt Nam nói riêng.
- Quà lưu niệm thể hiện sự sáng tạo, tâm huyết của người nghệ nhân, qua đó cho ta thấy được tài năng, khiếu thẩm mỹ cũng như trình độ của người nghệ nhân.
- Quà lưu niệm được duy trì và phát triển thì các làng nghề truyền thống mới tồn tại và lưu truyền cho đời sau.

CHƯƠNG II: TỔNG QUAN VỀ TÌNH HÌNH PHÁT TRIỂN DU LỊCH TẠI THÀNH PHỐ HỒ CHÍ MINH

I. XU HƯỚNG PHÁT TRIỂN DU LỊCH

1. Xu hướng phát triển du lịch trên thế giới

- Từ thập niên 90, đặc biệt là sau năm 2000, hầu hết các xu hướng phát triển kinh tế chủ yếu của thế giới đều vận động theo chiều hướng để tạo dựng nền kinh tế toàn cầu thống nhất.
- Du lịch thế giới phát triển mạnh và trở thành ngành kinh tế quan trọng của nhiều nước. Năm 2010 dự báo thế giới có trên 1 tỷ người đi du lịch. Du lịch đã trở thành nhu cầu không thể thiếu trong đời sống dân cư và trong xã hội và là một trong những ngành kinh tế phát triển nhanh nhất trên thế giới.
- Nhu cầu của khách du lịch ngày càng cao và ngày càng quan tâm tới điều kiện về an toàn và sức khỏe, xu hướng du khách chỉ chọn những điểm đến, những cơ sở dịch vụ du lịch quan tâm đến bảo vệ môi trường.

2. Xu hướng phát triển du lịch của Việt Nam

- Xu hướng hội nhập, hợp tác, cạnh tranh toàn cầu, giao lưu mở rộng và tăng cường ứng dụng khoa học công nghệ trong nền kinh tế tri thức trên thế giới đang tạo những cơ hội to lớn đồng thời cũng là thách thức đối với phát triển Du lịch Việt Nam.

- Điểm đột phá trong định hướng phát triển Du lịch Việt Nam thập kỷ tới là tập trung phát triển du lịch theo hướng có chất lượng, có thương hiệu, chuyên nghiệp, hiện đại; khai thác tối ưu nguồn lực và lợi thế quốc gia.

II. TỔNG QUAN TÌNH HÌNH PHÁT TRIỂN DU LỊCH TẠI TP.HCM

- Là trung tâm du lịch lớn nhất trong cả nước, Thành phố Hồ Chí Minh có hệ thống cơ sở vật chất và dịch vụ du lịch khá phát triển, từ những điểm tham quan, vui chơi giải trí cho đến hệ thống khách sạn, nhà hàng.

- Là một thành phố trẻ chỉ với 300 năm lịch sử, nhưng Thành phố Hồ Chí Minh đã xây dựng được không ít công trình kiến trúc và sở hữu một nền văn hóa đa dạng.

- Hiện nay Thành phố Hồ Chí Minh có 641 khách sạn với 17.646 phòng. Phục vụ từ khách cao cấp đến bình dân, thành phố có 11 khách sạn 5 sao, 8 khách sạn 4 sao, 20 khách sạn 3. Do sự phát triển của du lịch, số phòng cao cấp tại thành phố hiện đang thiếu trầm trọng.

- Các địa điểm du lịch của thành phố tương đối đa dạng. Với hệ thống 11 viện bảo tàng và hơn một nghìn ngôi chùa, đình, miếu được xây dựng qua nhiều thời kỳ.

- Thời kỳ thuộc địa đã để lại cho thành phố nhiều công trình kiến trúc quan trọng, như Trụ sở Ủy ban Nhân dân Thành phố, nhà hát Thành phố, Bưu điện trung tâm, Bến Nhà Rồng... Dinh Độc Lập và Thư viện Khoa học Tổng hợp được xây dựng dưới thời Việt Nam Cộng hòa.

- Kiến trúc hiện đại ghi dấu ấn ở thành phố bằng các cao ốc, khách sạn, trung tâm thương mại như Diamond Plaza, Saigon Trade Centre...

- Khu vực ngoài trung tâm, Địa đạo Củ Chi, Rừng ngập mặn Cần Giờ, Vườn cò Thủ Đức cũng là những địa điểm du lịch quan trọng.

- Thành phố Hồ Chí Minh còn là một trung tâm mua sắm và giải trí. Bên cạnh các phòng trà ca nhạc, quán bar, vũ trường, nhà hát, thành phố có khá nhiều khu vui chơi như Công viên Đầm Sen, Suối Tiên, Thảo Cầm Viên. Các khu mua sắm, như Chợ Bến Thành, Diamond Plaza... hệ thống các nhà hàng, quán ăn cũng là một thế mạnh của du lịch thành phố.

- Thành phố Hồ Chí Minh là địa phương thu hút số lượng du khách lớn nhất Việt Nam. Trong 7 tháng đầu năm 2010 thành phố Hồ Chí Minh đã đón được 2,9 triệu lượt khách du lịch quốc tế, tăng 34,9% so với cùng kỳ năm 2009.

- Thị trường du khách hàng đầu tại TP.HCM theo thứ tự là: Hoa Kỳ, Nhật Bản, Đài Loan, Hàn Quốc, Úc, Trung Quốc, Malaysia, Singapore, Pháp, Anh.

III. SỰ ĐA DẠNG VÀ ĐỘC ĐÁO CÁC SẢN PHẨM QUÀ LƯU NIỆM TẠI TP.HCM

1. Giới thiệu chung về quà lưu niệm

1.1 Quà lưu niệm thuộc nhóm thực phẩm

1.1.1 Quà lưu niệm thuộc nhóm bánh mứt

- Mỗi vùng, mỗi địa phương của đất nước đều có những loại bánh mứt đặc trưng riêng.

- Nhiều loại bánh kẹo sản xuất thủ công đã trở thành đặc sản các vùng miền của đất nước như kẹo cu đơ, kẹo dừa, kẹo mè xừng...

1.1.2 Quà lưu niệm thuộc nhóm trái cây

- Việt Nam là đất nước quanh năm bốn mùa có hoa trái trái suốt 3 miền đất nước như: sấu, mơ, thanh long, mít, bưởi, sầu riêng, chôm chôm, nhãn, xoài, vú sữa, cam, quýt, măng cụt, dưa hấu, vải thiều, nho, đu đủ, hồng, đào, chuối...

- Thành phố Hồ Chí Minh nơi mà du khách có thể mua tất cả các loại trái cây đặc sản của 3 miền.

❖ Một số loại trái cây đặc sản của Việt Nam

- Vải thiều – đặc sản Lục Ngạn
- Hồng xiêm Xuân Đỉnh
- Nho Phan Rang
- Xoài cát Hòa Lộc
- Vú sữa Lò Rèn - Chôm chôm Vĩnh Long

...

1.2.3 Quà lưu niệm thuộc nhóm thịt, cá

- Đất nước ta được thiên nhiên ưu đãi, với vị thế nằm ở phía tây Biển Đông, có bờ biển dài 3260 km cùng với nhiều hệ thống sông lớn nên nguồn thủy hải sản vô cùng phong phú.

- Các sản phẩm thịt, cá đóng hộp luôn là thế mạnh của Việt Nam. Bên cạnh đó các sản phẩm cá khô, tôm, mực... đóng gói ăn liền luôn được người tiêu dùng quan tâm.

1.2.3 Quà lưu niệm thuộc nhóm thức uống

❖ Trà(Chè):

- Trà được coi là một thức uống không thể thiếu trong sinh hoạt hàng ngày, không những có lợi cho sức khỏe mà còn là nghi thức giao tiếp giữa con người với con người.

- Uống trà xanh sẽ giúp sống khỏe, sống thọ và giảm nguy cơ về các bệnh tim mạch, làm chậm quá trình lão hoá.

- Trà Tam Châu
- Trà Ô long
- Trà túi lọc Tâm Lan

❖ Cà phê

Hơn 15 năm xuất hiện trên thị trường trong và ngoài nước, hương vị thơm ngon, đậm đà của cà phê Trung Nguyên đã chinh phục được hàng triệu người tiêu dùng trên toàn thế giới. Các sản phẩm của Trung Nguyên đã dần trở thành sự lựa chọn của người sành uống cà phê.

❖ Rượu

Uống rượu là một phần nghi lễ trong đời sống văn hóa, xã giao của người Việt. Với một bề dày văn hóa lâu đời, người Việt cho ra đời rất nhiều loại rượu ngon.

- Rượu Bàu đá
- Đé Gò Đen
- Rượu Sim
- Rượu Càn Tây Nguyên
- Vang Đà Lạt
- ...

1.2 Quà lưu niệm thuộc nhóm thủy tinh, pha lê

Các sản phẩm quà lưu niệm bằng thủy tinh, pha lê với kiểu dáng trang nhã, thiết kế mang tính nghệ thuật cao thường được rất nhiều du khách yêu thích và chọn làm quà cho người thân, bạn bè.

1.3 Quà lưu niệm thuộc nhóm may mặc, da giày

- Hiện nay, giày da và may mặc là hai ngành phát triển mạnh ở Việt Nam và có kim ngạch xuất khẩu khá cao.

- Khi đến với Việt Nam, đặc biệt tại Thành phố Hồ Chí Minh du khách sẽ thỏa thích lựa chọn cho mình những bộ đồ thời trang đẹp cùng với phụ kiện, túi sách...đi kèm.

1.4 Quà lưu niệm thuộc nhóm vải lụa và thổ cẩm

- Vải tơ tằm có nhiều ưu điểm là nhẹ, thoáng, không tích điện, ấm áp vào mùa đông nhưng lại rất thoáng mát vào mùa hè...Nhiều khu phố ở Sài Gòn như Lê Thánh Tôn, Lý Tự Trọng, Đề Thám, Phạm Ngũ Lão... chuyên bán các sản phẩm thời trang lụa dành cho du khách

- Ở Việt Nam thổ cẩm thường để chỉ loại vải tự dệt, có hoa văn dệt theo phương pháp truyền thống của các dân tộc thiểu số. Các sản phẩm thổ cẩm như là: váy, áo, khăn quàng cổ, túi đeo, chăn, gối, hài, ví cầm tay...Các mặt hàng thổ cẩm hiện là những món quà lưu niệm rất được ưa chuộng đối với du khách khi đi du lịch đến Việt Nam.

1.5 Quà lưu niệm thuộc nhóm thủ công mỹ nghệ

- Đồ thủ công mỹ nghệ của Việt Nam được làm từ các nguyên vật liệu dân gian, qua bàn tay khéo léo và tinh xảo của nghệ nhân từ các làng nghề truyền thống đã trở thành những sản phẩm rất được ưa chuộng trong và ngoài nước.

- Hiện cả nước có hơn 2.000 làng nghề thủ công mỹ nghệ, thu hút trên 13 triệu lao động; 1,4 triệu hộ gia đình và khoảng 1.000 doanh nghiệp tham gia sản xuất. Với nguồn nguyên liệu sẵn có trong nước nên tiềm năng về xuất khẩu mặt hàng này là rất lớn.

- ❖ Quà lưu niệm thuộc nhóm đồ gỗ
- ❖ Quà lưu niệm thuộc nhóm mây, tre, lá
- ❖ Quà lưu niệm thuộc nhóm gốm sứ
 - Gốm Bát Tràng
 - Gốm sứ Minh Long

1.6 Quà lưu niệm thuộc nhóm tranh ảnh

- ❖ Tranh Đông Hồ
- ❖ Tranh Cát
- ❖ Tranh ghép gỗ
- ❖ Tranh Tre
- ❖ Tranh Bướm
- ❖ Tranh Sơn Mài
- ❖ Tranh Đá Quý
- ❖ Tranh Thêu

1.7 Quà lưu niệm thuộc nhóm đá quý, ngọc trai, kim hoàn

- ❖ Quà lưu niệm thuộc nhóm đá quý
- ❖ Quà lưu niệm thuộc nhóm ngọc trai
- ❖ Quà lưu niệm thuộc nhóm kim hoàn

2. Đánh giá về quà lưu niệm của Việt Nam nói chung và TP.HCM nói riêng

- Những ai có dịp đi du lịch nước ngoài đều nhận thấy, các mặt hàng lưu niệm của các nước như: Thái Lan, Campuchia, Trung Quốc...đều rất độc đáo, phong phú và mang tính đặc trưng. Singapore có những món quà mang biểu tượng nhân sư Merlion, Malaysia có biểu tượng tháp đôi, Thái Lan có voi, Trung Quốc có sân vận động tổ chim hay Vạn Lý Trường Thành, Campuchia có Angkor Wat, Pháp có tháp Eiffel, Ý có tháp nghiêng Pisa, Nga có lật đặt Petrushka...

- Trong cùng một quốc gia, mỗi vùng, miền nên có những món hàng lưu niệm mang đặc trưng riêng. Những biểu tượng này thường gắn liền với hình ảnh của một quốc gia, vùng miền; nhìn thấy biểu tượng là biết nó của quốc gia, vùng nào. Nói chung, đó là những hình ảnh “không đụng hàng”.

- Rất nhiều khách du lịch đến Việt Nam đã thất vọng khi muốn tìm mua quà lưu niệm. Ngay cả các hướng dẫn viên cũng thường lúng túng khi được du khách hỏi về vấn đề này, vì không biết nên giới thiệu thứ gì.

- Ở nhiều địa danh, công trình văn hóa, di tích nổi tiếng của chúng ta, chỉ thấy bày bán những tấm bưu ảnh, hầu như không có những món đồ thủ công mỹ nghệ được chế tác phỏng theo phong cảnh hay hình dạng các công trình này.

- Chúng ta cũng đang phát triển du lịch nhưng những món quà gắn liền với danh lam thắng cảnh thì hầu như không thấy, hoặc nếu có thì cũng rất kém chất lượng. Vài ba chiếc nón lá, những chiếc áo thun mang các dòng chữ Saigon, Hà Nội, Vũng Tàu... đâu thể níu chân khách du lịch, cũng không phải là thứ có thể gợi nhớ về Việt Nam.

- Đã đến lúc cần một chiến lược phát triển quà lưu niệm được xây dựng và triển khai rộng khắp, đi cùng với chiến lược phát triển du lịch. Tương tự như một món ăn, dù thịnh soạn cỡ nào nhưng nếu thiếu một chút gia vị đặc trưng thì cũng khó trở nên ngon miệng.

- Quà lưu niệm không chỉ là “chút gia vị” cho ngành du lịch, mà còn là thứ để khách “gói mang về” và lưu luyến mãi về một kỷ niệm. Thứ “gói mang về” đó sẽ góp phần không nhỏ vào việc mời gọi những du khách khác đến thăm đất nước và con người Việt Nam...

CHƯƠNG III: VAI TRÒ CỦA QUÀ LƯU NIỆM TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH TẠI TP.HCM

I.VAI TRÒ CỦA QUÀ LƯU NIỆM TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH TẠI TP.HCM

1.Vai trò của quà lưu niệm trong các chương trình city tour tại TP.HCM

- Là trung tâm du lịch du lịch lớn nhất trong cả nước, Thành phố Hồ Chí Minh có hệ thống cơ sở vật chất và dịch vụ du lịch khá phát triển, từ những điểm vui chơi giải trí cho đến khách sạn, nhà hàng, các khu mua sắm.

- Du lịch kết hợp mua sắm, nhất là mua những sản phẩm lưu niệm về làm quà cho người thân, bạn bè là nhu cầu rất lớn của rất nhiều du khách trong và ngoài nước. Nhưng đây là mặt hàng lưu niệm đặc trưng của Việt Nam và của từng vùng miền để giới thiệu tới du khách và khiến họ sẵn sàng bỏ tiền ra mua đó là một vấn đề được đặt ra đối với du lịch Việt Nam nói chung và tại TP.HCM nói riêng.

- Trong các chương trình city tour hiện nay của TP.HCM đều có kết hợp giữa tham quan và mua sắm, vì thế quà lưu niệm đóng một vai trò rất lớn để làm nên thành

công của một chương trình tham quan trọn vẹn. Nếu du khách chỉ tham quan không mà không có điểm dừng chân để mua sắm thì chương trình tham quan sẽ rất đơn điệu.

- Nắm bắt được thị hiếu và nhu cầu của du khách hiện nay, ngành du lịch của chúng ta phải không ngừng đổi mới và hoàn thiện để đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của du khách. Đó cũng là chiến lược để phát triển du lịch hiện nay tại TP.HCM.

- Một thực tế đáng buồn là các sản phẩm quà lưu niệm của chúng ta còn nhiều yếu kém về mẫu mã cũng như chất lượng sản phẩm, bên cạnh đó chúng ta cũng chưa hệ thống hóa lại các mặt hàng quà lưu niệm của mình để tìm ra đâu là sản phẩm quà lưu niệm đặt trung để giới thiệu đến du khách.

2. Một số chương trình city tour kết hợp với mua sắm phổ biến tại Thành phố Hồ Chí Minh

- Tour 1: Nhà Thờ Đức Bà – Bưu điện Thành Phố - Nhà hát Thành phố - Quảng trường trước UBNDTP.

- Tour 2: Âm thực tại làng du lịch Bình Quới.

- Tour 3: Địa đạo Củ Chi - Bảo tàng chứng tích chiến tranh – Múa rối nước – chợ Bến Thành.

- Tour 4: Tham quan bảo tàng Chứng tích chiến tranh - Dinh Độc lập - kết hợp mua sắm chợ Bến Thành.

- Tour 5: Tham quan mua sắm Khu Chợ Lớn – Chùa Bà Thiên Hậu – Bảo tàng Y học Fito.

3. Sự cần thiết không thể thiếu của quà lưu niệm trong phát triển du lịch tại TP.Hồ Chí Minh

- Du lịch là một trong những con đường tốt nhất để quảng bá hình ảnh của một quốc gia. Một nền du lịch phát triển sẽ góp phần tạo nên tiếng tăm và vị thế cho quốc gia. Ngược lại, tiếng tăm và vị thế quốc gia sẽ tạo điều kiện để phát triển du lịch.

- Theo thống kê năm 2009 của Bộ Văn hóa - Thể thao và Du lịch, mỗi năm Việt Nam đón khoảng 3,8 triệu lượt khách du lịch. Con số này cho thấy nhu cầu mua quà lưu niệm của du khách rất lớn. Điều đáng tiếc là thị trường này hiện vẫn còn rất nghèo nàn, đơn điệu về chủng loại sản phẩm.

- Gần đây, ngành du lịch đã đưa ra một loại hình du lịch mới: Du lịch kết hợp mua sắm. Thế nhưng, các tour này cũng chỉ thu hút được khách lần đầu, ít ai mặn mà đi lần hai. Vì vậy, lợi nhuận từ việc mua sắm của du khách, vốn là nguồn thu nhập

chính của ngành du lịch các nước như Thái Lan, Malaysia và Singapore, ở Việt Nam lại hầu như không đáng kể.

- Đại diện của Tổng cục Du lịch cho biết, trong tổng chi phí cho chuyến du lịch đến Việt Nam, du khách chỉ chi khoảng 10- 15% cho mua sắm. Trong khi đó, Thái Lan đã thu được từ 50-55% chi phí mua sắm từ mỗi du khách.

- Cái yếu nhất của chúng ta là thiếu hệ thống cửa hàng bán lẻ sản phẩm quà tặng lưu niệm. Phần lớn du khách đến Việt Nam vẫn chỉ loanh quanh mua sắm trong siêu thị, trung tâm thương mại.

- Tuy Việt Nam có khá nhiều sản phẩm làm bằng gỗ sơn mài, tre, đồ trang sức kim loại, thủ công mỹ nghệ, quần áo... nhưng quả thật, nói đến sản phẩm du lịch đặc trưng của từng vùng miền thì chịu, hầu như chỗ nào cũng bày nhiều sản phẩm. Bên cạnh đó giá cả các mặt hàng còn chênh nhau rất lớn mà chất lượng thì như nhau.

3.1 So sánh mức độ hài lòng về sản phẩm du lịch của Việt Nam

Sau khi so sánh các bản đồ, ta thấy rằng một sản phẩm du lịch tốt và hoàn hảo nhất phải thỏa mãn được nhu cầu tinh thần và nhu cầu vật chất cho du khách.

3.2 Nhu cầu của du khách đối với chất lượng sản phẩm mua sắm

3.2.1 Nét mỹ thuật

Ngoài chất lượng thì sản phẩm mua sắm phải đảm bảo được nét thẩm mỹ, tức là phải có mẫu mã đẹp và bắt mắt. Sản phẩm có nét mỹ thuật cao và độc đáo sẽ thu hút được sự nhu cầu mua sắm của du khách.

3.2.2 Tính nhân văn

Sản phẩm lưu niệm mà du khách cần không chỉ đẹp về hình thức mà nó còn phải chứa đựng nét đặc trưng của từng địa phương – nét văn hóa bản địa, nơi mà du khách không thể mua ở bất cứ nơi đâu.

3.2.3 Cung cách bán và phục vụ

Một trong những yếu tố quan trọng để khiến du khách chọn và mua sản phẩm chính là thái độ, cung cách phục vụ của người bán hàng.

3.2.4 Giá cả

Điều mà du khách quan tâm nhất là giá cả của sản phẩm, người bán phải bán đúng giá, đúng chất lượng sản phẩm. Giá cả được xem là yếu tố cạnh tranh và yếu tố quyết định tính hấp dẫn của sản phẩm.

II. NHỮNG MẶT HÀNG QUÀ LƯU NIỆM ĐƯỢC DU KHÁCH YÊU THÍCH

- ❖ Tranh thêu tay XQ, art galleries
- ❖ Quà lưu niệm mang tính biểu trưng dân tộc như: các mô hình xích lô, tượng cô gái mặt áo dài...
- ❖ Quà lưu niệm thuộc nhóm thủ công mỹ nghệ: đồ gốm, các sản phẩm bằng mây, cói
- ❖ Quà lưu niệm thuộc nhóm vải lụa, tơ tằm cao cấp: các sản phẩm của Miss áo dài, các sản phẩm của Khaisilk...
- ❖ Quà lưu niệm thuộc nhóm nữ trang, đá quý, ngọc trai

III. NHỮNG MẶT MẠNH, MẶT YẾU, CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC ĐỐI VỚI CÁC MẶT HÀNG QUÀ LƯU NIỆM TẠI TP.HCM

1. Mặt mạnh

- Thành phố Hồ Chí Minh cũng là nơi hội tụ của vô số các mặt hàng quà lưu niệm từ mọi miền đất nước.

- Hiện nay Thành phố Hồ Chí Minh có khoảng 65 làng nghề truyền thống, trong đó có một số làng nghề chuyên sản xuất mặt hàng quà lưu niệm.

- Bên cạnh đó Thành phố còn có những trung tâm thương mại lớn hàng đầu của cả nước như: Diamond plaza, Vincom, Parkson, Zen plaza..., hệ thống nhà sách Fahasa...đến đây du khách sẽ thỏa thích mua sắm từ những món quà lưu niệm xinh xắn cho đến những sản phẩm thời trang cao cấp.

2. Mặt yếu

- Quà lưu niệm của Việt Nam nói chung và Thành phố Hồ Chí Minh nói riêng tuy có đa dạng về số lượng, nhưng chất lượng và mẫu mã vẫn còn hạn chế. Khách du lịch thường không biết đi đâu để mua quà lưu niệm đặc trưng của Việt Nam.

- Hiện nay trên thị trường có rất nhiều mặt hàng quà lưu niệm có nguồn gốc từ Trung Quốc như: tranh ảnh, quần áo, vải vóc...mà các mặt hàng này lại kém chất lượng làm ảnh hưởng đến uy tín các sản phẩm quà lưu niệm của Việt Nam.

- Một số nguyên vật liệu để sản xuất quà lưu niệm phải nhập khẩu từ nước ngoài.

- Công tác quản lý mặt hàng quà lưu niệm còn nhiều hạn chế nên giá cả các mặt hàng quà lưu chưa thống nhất, du khách thường hay bị nói thách và mua hàng với giá cao.

3. Cơ hội

- Năm 2010 là năm đánh dấu nhiều sự kiện quan trọng của đất nước, trong đó sự kiện thu hút sự quan tâm của du khách trong và ngoài nước đó là: Đại lễ ngàn năm Thăng Long - Hà Nội.

- Thành phố Hồ Chí Minh là nơi đi đầu trong tất cả các lĩnh vực, trong đó việc khôi phục, giữ gìn các di tích lịch sử, các làng nghề truyền thống... luôn được đặt lên hàng đầu.

- Tổng cục du lịch Việt Nam, sở du lịch Thành phố Hồ Chí Minh luôn tạo mọi điều kiện tốt nhất để cho du lịch Thành phố phát triển, bên cạnh đó là sự đầu tư về cơ sở hạ tầng, các trung tâm vui chơi giải trí, các trung tâm mua sắm ... để đáp ứng nhu cầu mua tham quan, mua sắm của du khách.

4. Thách thức

- Hiện nay du lịch Việt Nam phải cạnh tranh gay gắt với du lịch các nước trong khu vực và trên thế giới.

- Hiện nay quà lưu niệm của Thành phố Hồ Chí Minh chưa thật sự thu hút du khách do chất lượng mẫu mã và giá cả còn hạn chế.

IV. GIỚI THIỆU MỘT SỐ ĐIỂM THAM QUAN MUA SẮM NỘI TIẾNG TẠI TP.HCM

1. Một số điểm tham quan mua sắm tiêu biểu tại TP.HCM

- 1.1 Chợ Bến Thành
- 1.2 Bưu điện Thành phố
- 1.3 Thương Xá Tax
- 1.4 Diamond Plaza
- 1.5 Zen Plaza
- 1.6 Parkson
- 1.7 Đường Đồng Khởi
- 1.8 Khu vực chợ Lớn
- 1.9 Chợ Bình Tây
- 1.10 Chợ An Đông

2. Một số cửa hàng quà lưu niệm có thương hiệu lớn tại TP.HCM

- 2.1 Cửa hàng thâm thù len Sài Gòn
- 2.2 Art - Gallery Lê Xuân
- 2.3 Indochina Boutique
- 2.4 Cửa hàng Tombo
- 2.5 Miss Ao Dai
- 2.6 Cửa hàng Creations
- 2.7 Precious Qui
- 2.8 Kenly Silk
- 2.9 Khai Silk
- 2.10 T & A Silk
- 2.11 Cửa hàng sơn mài mỹ nghệ Phương Nam
- 2.12 Lacqueware Shop Minh Tâm
- 2.13 Shop Mai Thảo
- 2.14 XQ Sài Gòn
- 2.15 Lotus Gallery
- 2.16 Phố đồ cổ Lê Công Kiều
- 2.17 Shop Giày Đông Hải

V. ĐỀ XUẤT BIỆN PHÁP CHO PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM QUÀ LƯU NIỆM TẠI TP.HCM**1. Đề xuất về sản phẩm quà lưu niệm**

- Từng bước thực hiện, nâng sản phẩm quà lưu niệm thành sản phẩm độc quyền của Thành phố Hồ Chí Minh, trở thành hàng Việt Nam chất lượng cao để có thể cạnh tranh với các sản phẩm quà lưu niệm của các nước trong khu vực và trên thế giới.

- Không nhập hàng lưu niệm từ Trung quốc, Thái Lan... mà chúng ta phải tự sản xuất ra sản phẩm mang nét đặc trưng văn hóa của con người Việt Nam để gây ấn tượng tốt đến du khách quốc tế.

- Quy định giá bán cho từng sản phẩm để người sản xuất, người bán, người tiêu dùng đều có lợi.

- Tăng cường phát triển các mặt hàng thủ công mỹ nghệ, nhất là sản phẩm tranh thêu tay, tranh sơn mài, đồ gốm sứ...vì đây là những mặt hàng mà du khách yêu thích và phát triển thành thương hiệu quốc gia.

- Xây dựng các khu sản xuất quà lưu niệm ngay tại trung tâm Thành phố để du khách vừa có thể tham quan, vừa có thể mua sắm quà lưu niệm, vì như thế du khách sẽ bị thu hút mạnh và tăng nhu cầu mua sắm của du khách.

- Sản phẩm quà lưu niệm không chỉ có chất lượng mà phải đẹp về bao bì, mẫu mã để du khách có thể chọn làm quà tặng cho gia đình, bạn bè và người thân. Nơi trưng bày và bán sản phẩm phải đẹp và bắt mắt để gây ấn tượng đến du khách.

- Thường xuyên tổ chức các cuộc thi sáng tác quà lưu niệm với nhiều chủ đề khác nhau nhằm chọn ra những sản phẩm tốt có ý nghĩa bổ sung vào bộ sưu tập quà lưu niệm của Việt Nam và góp phần quảng bá hình ảnh Việt Nam đến bạn bè thế giới.

2. Đề xuất phát triển du lịch mua sắm tại TP.HCM

- Xây dựng những con đường đi bộ trong trung tâm Thành phố với hệ thống cửa hàng quà lưu niệm đạt chuẩn dành cho du khách tham quan và mua sắm.

- Xây dựng thương hiệu cho những con đường chuyên bán quà tặng, quà lưu niệm. Ví dụ khi nhắc đến tranh thì du khách sẽ nhớ ngay đến khu phố tranh Nam Kỳ Khởi Nghĩa, phố tranh Phạm Ngũ Lão, khi nhắc tới quà lưu niệm, thời trang cao cấp thì có phố Đồng Khởi, phố Lê Lợi, phố Lê Thánh Tôn, khi nhắc tới đồ cổ du khách sẽ nhớ ngay đến khu phố đồ cổ Lê Công Kiều...

- Thiết kế thêm các chương trình tham quan kết hợp với mua sắm đặc biệt dành cho khách doanh nhân nữ.

- Liên kết chặt chẽ các chương trình tham quan kết hợp với mua sắm, tại các điểm tham quan sẽ có các cửa hàng quà lưu niệm đạt chuẩn phục vụ du khách.

- Thiết kế một trang Web có uy tín để giới thiệu đầy đủ thông tin về các điểm tham quan mua sắm đạt chuẩn của Thành phố.

- Quy định giá cho từng sản phẩm quà lưu niệm, giá có thể cạnh tranh với các nước trong khu vực và trên thế giới.

- Đội ngũ nhân viên bán quà lưu niệm nên mặc đồng phục đặc trưng để tạo ấn tượng đến du khách, bên cạnh đó cần có kiến thức sâu rộng về văn hóa Việt để giới thiệu và làm khách thích thú khi mua hàng.

3. Đề xuất các mặt hàng quà lưu niệm đặt trưng cho Thành phố Hồ Chí Minh

- Sản xuất các mặt hàng lưu niệm như móc khóa, bưu thiếp... có in các biểu tượng: chợ Bến Thành, bưu điện Thành phố, nhà thờ Đức Bà, bến Nhà Rồng, dinh Độc Lập.

- Tiếp tục phát huy các sản phẩm quà lưu niệm có thương hiệu lớn tại Thành phố Hồ Chí Minh như: Miss áo dài, gốm sứ Minh Long, đồ mỹ nghệ Phương Nam, art galleries...

KẾT LUẬN

Là trung tâm du lịch của cả nước, TP.Hồ Chí Minh không ngừng nâng cao chất lượng dịch vụ, đa dạng hoá các sản phẩm du lịch để đáp ứng nhu cầu của khách tham quan.

Trong năm 2009, lượng khách quốc tế đến TP.Hồ Chí Minh chiếm 60% tổng lượng khách đến Việt Nam và chiếm 45% doanh thu du lịch cả nước. Du lịch trở thành ngành kinh tế có những đóng góp quan trọng vào tổng thu nhập GDP của Thành phố.

Hiện nay, du lịch TP.Hồ Chí Minh đi đầu trong rất nhiều hoạt động. Các doanh nghiệp lữ hành của Thành phố luôn chiếm 60-70% trong top 10 doanh nghiệp lữ hành hàng đầu Việt Nam như: Vietravel, Bến Thành Tourist, Sai Gon tourist, Fiditour,... Hệ thống cơ sở lưu trú đứng đầu cả nước về số lượng lẫn chất lượng phục vụ với khoảng 60 khách sạn từ 3 sao tới 5 sao; 147 khách sạn 2 sao và khoảng gần 500 khách sạn 1 sao. Có thể nói, TP Hồ Chí Minh là nơi có chất lượng dịch vụ khá chuyên nghiệp với một hệ thống dịch vụ du lịch đạt chuẩn, những điểm mua sắm, ăn uống đảm bảo chất lượng.

Du lịch TP.Hồ Chí Minh không ngừng sáng tạo, không ngừng tạo ấn tượng để hấp dẫn du khách. Một thành phố trẻ năng động nhưng lại có chiều sâu của những nét văn hoá độc đáo, những di tích lịch sử đầy ý nghĩa; một thành phố mà trong cái dáng vẻ hiện đại của sự hội nhập quốc tế là nét văn hoá, bản sắc Việt đậm đà, hút hồn bao du khách.

TP.Hồ Chí Minh đã biết khai thác những tiềm năng, thế mạnh về du lịch của mình. Ngoài du lịch thuần túy hoặc kết hợp tham quan với các hoạt động vui chơi, giải trí, du lịch TP. Hồ Chí Minh còn đẩy mạnh hoạt động du lịch kết hợp mua sắm...

Với sự chỉ đạo, đầu tư của Đảng, Nhà nước, UBND Thành phố, sự định hướng của Bộ Văn hoá, Thể thao và Du lịch cùng với sự nỗ lực của ngành du lịch Thành phố, hi vọng trong thời gian tới, du lịch TP.Hồ Chí Minh sẽ còn có nhiều khởi sắc và thật sự xứng đáng là trung tâm du lịch của cả nước cũng như trong khu vực Đông Nam Á.

Để cho du lịch thành phố Hồ Chí Minh ngày càng phát triển và xứng đáng là trung tâm du lịch của cả nước, thì ngành du lịch Thành phố cần quan tâm nhiều hơn nữa đến chất lượng sản phẩm du lịch, trong đó chất lượng quà tặng, quà lưu niệm là thứ nhắc du khách nhớ nhiều đến quốc gia, địa phương mà họ đến.

Khi sản xuất quà lưu niệm phải đạt những yêu cầu sau đây:

- Sản phẩm lưu niệm, quà tặng du lịch phải phản ánh được nét đặc trưng hoặc mang dấu ấn của địa phương sản xuất như: văn hóa, di tích lịch sử, danh lam thắng cảnh, địa danh, các biểu tượng tiêu biểu...

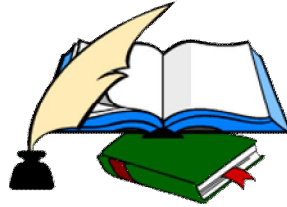
- Trên sản phẩm quà lưu niệm phải có dòng chữ khắc tên địa danh thật tinh tế bằng tiếng Việt hoặc tiếng Anh để giúp du khách lưu giữ sản phẩm và nhớ đến địa danh đất nước mà họ đã đến.

- Mẫu mã, chất liệu, nguyên liệu, màu sắc... của sản phẩm quà lưu niệm phải đảm bảo không thay đổi hay biến dạng theo sự thay đổi của khí hậu và thời tiết. Chất lượng sản phẩm phải được đặt lên hàng đầu, tuyệt đối không được sản xuất hàng giả, hàng nhái để bán cho du khách.

- Sản phẩm không quá nặng, cồng kềnh, đảm bảo các điều kiện dễ cầm, dễ mang, dễ đóng gói, vận chuyển và bảo quản để du khách tiện mang đi. Đặc biệt sản phẩm quà lưu niệm phải thân thiện với môi trường và an toàn đối với sức khỏe của con người.

- Phải quy định giá cả bán từng mặt hàng, xử phạt nặng nếu chủ cửa hàng làm sai quy định.

TÀI LIỆU THAM KHẢO



◆ Giáo trình, sách:

1. TS.Đỗ Quốc Thông, Giáo trình Tổng Quan Du Lịch
2. TS.Trần Văn Thông, Giáo trình Quy Hoạch Du Lịch
3. Phạm Côn Sơn, Làng nghề truyền thống Việt Nam, NXB Văn hóa dân tộc, 2004
4. Trần Mạnh Thường, Việt Nam văn hóa và du lịch, NXB Thông Tấn.

◆ Báo, tạp chí:

5. Báo điện tử Dân trí
6. VnExpress
7. Tintuc 24h

◆ Trang Web:

8. www.vietnamtourism.gov.vn
9. www.dulichvn.org.vn
10. www.tongcucdulichvietnam.com
11. www.baomoi.com
12. www.tourism.hochiminhcity.gov.vn
13. www.vietanart.com
14. www.vnfinemuseum.org.vn
15. www.vietnamtradefair.com

MỤC LỤC

	Trang
PHẦN MỞ ĐẦU	1
1. Lý do chọn đề tài.....	1
2. Mục đích nghiên cứu.....	1
3. Đối tượng nghiên cứu.....	1
4. Lịch sử nghiên cứu.....	2
5. Phương pháp nghiên cứu.....	2
5.1 Phương pháp thu thập và xử lý thông tin	2
5.2. Phương pháp tiếp cận và phân tích hệ thống	2
5.3. Phương pháp điều tra xã hội học.....	2
6. Ý nghĩa của đề tài	2
6.1 Ý nghĩa thực tiễn	2
6.2 Ý nghĩa khoa học	2
7. Bố cục đề tài	2
CHƯƠNG I. CƠ SỞ LÝ LUẬN	3
I. CÁC KHÁI NIỆM CƠ BẢN VỀ DU LỊCH	3
1. Định nghĩa về du lịch	3
2. Định nghĩa về sản phẩm du lịch.....	3
3. Cơ cấu của sản phẩm du lịch	3
4. Đặc trưng của sản phẩm du lịch.....	3
II. CÁC KHÁI NIỆM CƠ BẢN VỀ QUÀ LƯU NIỆM	4
1. Khái niệm về quà lưu niệm.....	4
2. Đặc điểm của quà lưu niệm	4
3. Ý nghĩa của quà lưu niệm.....	4
4. Giá trị của quà lưu niệm	5
4.1 Giá trị về mặt kinh tế	5

4.2 Giá trị về mặt văn hóa, tinh thần	5
CHƯƠNG II. TỔNG QUAN VỀ TÌNH HÌNH PHÁT TRIỂN DU LỊCH TẠI TP.HCM.....	5
I. XU HƯỚNG PHÁT TRIỂN DU LỊCH	5
1. Xu hướng phát triển du lịch trên thế giới	5
2. Xu hướng phát triển du lịch của Việt Nam.....	6
II. TỔNG QUAN TÌNH HÌNH PHÁT TRIỂN DU LỊCH TẠI TP.HCM	6
III. SỰ ĐA DẠNG VÀ ĐỘC ĐÁO CÁC SẢN PHẨM QUÀ LƯU NIỆM TẠI TP.HCM	6
1. Giới thiệu chung về quà lưu niệm.....	7
1.1 Quà lưu niệm thuộc nhóm thực phẩm.....	7
1.2 Quà lưu niệm thuộc nhóm thủy tinh, pha lê.....	9
1.3 Quà lưu niệm thuộc nhóm may mặc, da giày.....	9
1.4 Quà lưu niệm thuộc nhóm vải lụa và thổ cẩm.....	9
1.5 Quà lưu niệm thuộc nhóm thủ công mỹ nghệ	9
1.6 Quà lưu niệm thuộc nhóm tranh ảnh.....	10
1.7 Quà lưu niệm thuộc nhóm đá quý, ngọc trai, kim hoàn.....	10
2. Đánh giá về quà lưu niệm của Việt Nam nói chung và Thành phố Hồ Chí Minh nói riêng	10
CHƯƠNG III. VAI TRÒ CỦA QUÀ LƯU NIỆM TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH TẠI TP.HCM.....	11
I. VAI TRÒ CỦA QUÀ LƯU NIỆM TRONG PHÁT TRIỂN DU LỊCH TẠI TP.HCM	11
1. Vai trò của quà lưu niệm trong các chương trình citytour tại Thành phố Hồ Chí Minh.....	11
2. Một số chương trình citytour kết hợp với mua sắm phở biển tại Thành phố Hồ Chí Minh	12

3. Sự cần thiết của quà lưu niệm trong phát triển du lịch tại Thành phố Hồ Chí Minh.....	12
3.1 So sánh mức độ hài lòng về sản phẩm du lịch của Việt Nam.....	13
3.2 Nhu cầu của du khách đối với chất lượng sản phẩm mua sắm.....	13
II. NHỮNG MẶT HÀNG QUÀ LƯU NIỆM ĐƯỢC DU KHÁCH YÊU THÍCH.....	14
III. NHỮNG MẶT MẠNH, MẶT YẾU, CƠ HỘI VÀ THÁCH THỨC ĐỐI VỚI CÁC MẶT HÀNG QUÀ LƯU NIỆM TẠI TP.HCM.....	14
1. Mặt mạnh	14
2. Mặt yếu	14
3. Cơ hội	15
4. Thách thức	15
IV. GIỚI THIỆU MỘT SỐ ĐIỂM THAM QUAN MUA SẮM TIÊU BIỂU TẠI TP.HCM.....	15
1. Một số điểm tham quan mua sắm tiêu biểu tại TP.HCM.....	15
2. Một số cửa hàng quà lưu niệm có thương hiệu lớn tại TP.HCM	16
V. ĐỀ XUẤT BIỆN PHÁP CHO PHÁT TRIỂN SẢN PHẨM QUÀ LƯU NIỆM TẠI TP.HCM	16
1. Đề xuất về sản phẩm quà lưu niệm	16
2. Đề xuất phát triển du lịch mua sắm tại TP.HCM.....	17
3. Đề xuất các mặt hàng quà lưu niệm đặt trưng cho TP.HCM	18
KẾT LUẬN.....	18
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	20