

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

**TỔ CHỨC SỰ KIỆN GẮN VỚI VIỆC PHÁT TRIỂN
THƯƠNG HIỆU VÀI THIỀU THANH HÀ – HẢI DƯƠNG
TRONG GIAI ĐOẠN HIỆN NAY**

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP
NGÀNH QUẢN LÝ VĂN HÓA

Giảng viên hướng dẫn: *Th.S Nguyễn Khánh Ngọc*

Sinh viên thực hiện : *Hà Thị Hương Giang*

Lớp : *QLVH10B*

Khóa : *2009 – 2013*

Hà Nội - 2013

MỤC LỤC

MỞ ĐẦU	1
1. Lý do chọn đề tài	1
2. Đối tượng nghiên cứu, phạm vi nghiên cứu	2
3. Mục đích nghiên cứu	2
4. Phương pháp nghiên cứu đề tài	2
5. Đóng góp của đề tài	3
6. Bố cục của đề tài	3

CHƯƠNG 1. CƠ SỞ LÝ LUẬN VỀ THƯƠNG HIỆU VÀ TỔ CHỨC SỰ KIỆN

1.1. Những vấn đề cơ bản về thương hiệu

1.1.1. Khái niệm thương hiệu

1.1.2. Các thành phần của thương hiệu

1.1.2.1. Phần lý tính

1.1.2.2. Phần cảm tính

1.1.3. Vai trò của thương hiệu đối với đối tượng sở hữu thương hiệu và người tiêu dùng

1.1.3.1. Đối với đối tượng sở hữu thương hiệu

1.1.3.2. Đối với người tiêu dùng

1.1.4. Các bước xây dựng và phát triển thương hiệu

1.2. Cơ sở lý luận về Tổ chức sự kiện

1.2.1. Khái niệm Tổ chức sự kiện

1.2.2. Mục đích, vai trò của Tổ chức sự kiện

1.2.3. Các hình thức sự kiện thường được tổ chức

1.2.4. Quy trình tổ chức sự kiện

Tiểu kết chương 1

CHƯƠNG 2. THỰC TRẠNG TỔ CHỨC SỰ KIỆN GẮN VỚI PHÁT TRIỂN THƯƠNG HIỆU VÀI THIỀU THANH HÀ HIỆN NAY

2.1. Sơ lược về huyện Thanh Hà và thương hiệu vải thiều Thanh Hà

2.1.1. Huyện Thanh Hà

2.1.2. Thương hiệu vải thiều Thanh Hà – quá trình khẳng định và phát triển

2.1.3. Thực trạng thương hiệu vải thiều Thanh Hà trong giai đoạn hiện nay

2.2. *Thực trạng tổ chức sự kiện nhằm phát triển thương hiệu vải thiều*

Thanh Hà hiện nay

2.2.1. Các loại hình sự kiện đã tổ chức nhằm phát triển thương hiệu vải thiều Thanh Hà

2.2.1.1. Tham gia các hội chợ

2.2.1.1.1. Hội chợ chuyên ngành vải thiều năm 2006

2.2.1.1.2. Hội chợ chuyên ngành vải thiều năm 2011 và 2012

2.2.1.1.3. Tham gia Hội chợ Triển lãm khu vực đồng bằng sông Hồng năm 2012

2.2.1.2. Tổ chức hội thảo

2.2.1.3. Tổ chức Hội nghị Quảng bá, xúc tiến thương mại vải thiều năm 2012

2.2.1.4. Sự kiện “Tham quan và thực hành thu hái vải thiều

2.2.2. Thực trạng công tác tổ chức sự kiện gắn với việc phát triển thương hiệu vải thiều Thanh Hà hiện nay

2.2.2.1. Công tác nghiên cứu, định hình sự kiện

2.2.2.2. Công tác Marketing sự kiện

2.2.2.3. Công tác huy động ngân sách và vận động tài trợ cho sự kiện

2.2.2.4. Công tác lưu trữ tài liệu khi kết thúc sự kiện

2.2.2.5. Các thực trạng khác về tần suất tổ chức sự kiện, chủ thể tổ chức, đối tượng mục tiêu và yếu tố sáng tạo trong sự kiện

Tiểu kết chương 2

CHƯƠNG 3. ĐỀ XUẤT TỔ CHỨC MỘT SỐ SỰ KIỆN NHẪM PHÁT TRIỂN THƯƠNG HIỆU VẢI THIỀU THANH HÀ TRONG GIAI ĐOẠN HIỆN NAY

3.1. *Lựa chọn tổ chức sự kiện như một công cụ hữu hiệu để phát triển thương hiệu cho vải thiều Thanh Hà*

3.2. *Chủ thể tổ chức sự kiện*

3.2.1. UBND tỉnh Hải Dương

3.2.2. Hiệp hội Sản xuất và Tiêu thụ vải thiều Thanh Hà – Hải Dương

3.2.3. Các chủ thể khác

3.3. *Đối tượng hưởng tới của các sự kiện phát triển thương hiệu vải thiều*

Thanh Hà trong giai đoạn hiện nay

3.4. *Nguồn kinh phí tổ chức sự kiện*

3.5. *Công tác Marketing sự kiện*

3.6. *Các sự kiện được đề xuất sẽ tổ chức để phát triển thương hiệu vải thiều*

Thanh Hà hiện nay

3.6.1. Tổ chức Festival Vải thiều Thanh Hà

3.6.2. Tổ chức Hội chợ - Triển lãm Nông sản Hải Dương

3.6.3. Tổ chức Ngày hội Văn hóa Ẩm thực Hải Dương tại Hà Nội

3.6.4. Tổ chức những chuyến du lịch kết hợp Team Building tại Thanh Hà

vào mùa vải chín

3.6.5. Vải thiều Thanh Hà tài trợ cho đêm diễn nghệ thuật vì mục đích từ thiện “Chắp cánh ước mơ”

3.6.6. Tổ chức Hội thảo với chủ đề “Vai trò của vải thiều đối với sức khỏe con người”

3.6.7. Tổ chức nhiều sự kiện khác

Tiểu kết chương 3

KẾT LUẬN

TÀI LIỆU THAM KHẢO

PHỤ LỤC

MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Ngày nay, khi thế giới chuyển từ đối đầu sang đối thoại, cùng tồn tại hòa bình và tập trung nguồn lực quốc gia cho sự tăng trưởng kinh tế thì việc giao lưu văn hóa trên thế giới càng được mở rộng hơn bao giờ hết. Trong xu thế đó, văn hóa Việt Nam đứng trước thử thách to lớn, đó là làm thế nào để giữ gìn bản sắc văn hóa không bị lai căng, pha tạp, và, bản sắc văn hóa Việt Nam lấy gì để cạnh tranh, lấy gì làm điểm tựa phát triển trên thị trường đang ngày càng phong phú và nhiều yếu tố nổi trội. Để giải quyết những vấn đề này, chỉ có một con đường duy nhất, đó là dựa vào những thành tố văn hóa bản sắc, văn hiến, những thành tố độc đáo nhất, nổi trội nhất, lúc đó, văn hóa mới có đủ sức mạnh chống lại khả năng san bằng của cơn bão hội nhập quốc tế.

Thương hiệu sản phẩm, doanh nghiệp của mỗi quốc gia chính là một trong số những thành tố văn hóa nổi trội, bởi nó mang tính độc đáo, thể hiện sự khác biệt và hàm chứa giá trị của sự nhào nặn giữa vật chất, trí tuệ và xúc cảm con người. Thương hiệu là cái độc đáo và cũng là cái vốn làm điểm tựa cho kinh tế và văn hóa mỗi quốc gia có thể giao lưu, phát triển, cạnh tranh với các quốc gia khác. Như vậy, vấn đề xây dựng, khẳng định và phát triển các thương hiệu riêng lẻ để xây dựng nền tảng vững chắc cho sự phát triển của kinh tế - văn hóa quốc gia là việc làm vô cùng quan trọng và bức thiết.

Tổ chức sự kiện hiện là một lĩnh vực đang rất phát triển tại Việt Nam, bước đầu đạt được những thành quả tích cực trong việc trở thành một công cụ xây dựng và phát triển thương hiệu. Với các sự kiện, việc gắn các hoạt động thương mại với các hoạt động văn hóa nghệ thuật đã khiến cho những thứ tưởng như khô khan trở nên gần gũi và dễ tiếp cận.

Hiện nay, vải thiều Thanh Hà là một “thương hiệu” nông sản đã được chứng nhận và cũng là sản vật của nền văn hóa nông nghiệp đặc sắc vùng đất Hải Dương. Tuy nhiên, thương hiệu nông sản này đang đứng trước nguy cơ mai một do bị mạo danh thương hiệu, tình trạng được mùa – mất giá, do người dân chưa biết khai thác giá trị thương hiệu để tạo đà phát triển cho

nông sản của mình. Do đó, việc bảo vệ và phát triển thương hiệu vải thiều Thanh Hà là việc làm vô cùng cấp thiết ở thời điểm này.

Là sinh viên khoa Quản lý Văn hóa – Đại học Văn hóa Hà Nội, lại sinh ra và lớn lên tại vùng đất Thanh Hà xứ Đông, đứng trước thực trạng của thương hiệu vải thiều quê hương đang bị mai một, đứng trước một yếu tố trong nền văn hóa quốc gia đang có nguy cơ biến mất, tôi xin mạnh dạn lựa chọn đề tài “*Tổ chức sự kiện gắn với việc phát triển thương hiệu vải thiều Thanh Hà – Hải Dương trong giai đoạn hiện nay*” làm đề tài nghiên cứu của mình. Do sự hạn chế về trình độ hiểu biết và khả năng tư duy, phân tích, cho nên, đề tài còn nhiều thiếu sót, rất mong nhận được sự chỉ bảo, giúp đỡ và đóng góp ý kiến của quý thầy (cô) để đề tài của tôi có thể hoàn thiện hơn.

2. Đối tượng nghiên cứu, phạm vi nghiên cứu

- *Đối tượng nghiên cứu*: Tổ chức sự kiện gắn với phát triển thương hiệu vải thiều Thanh Hà.

Trong nội dung của đề tài này, người viết muốn tập trung vào việc khảo sát thực trạng thương hiệu vải thiều Thanh Hà và đưa ra các ý tưởng của bản thân về tổ chức các sự kiện nhằm xây dựng và phát triển hình ảnh thương hiệu với người tiêu dùng. Các sự kiện có sự tham gia có các yếu tố văn hóa nghệ thuật, vừa phát triển thương hiệu, vừa quảng bá văn hóa, đem nghệ thuật đến với công chúng.

- *Phạm vi nghiên cứu*: Huyện Thanh Hà thuộc tỉnh Hải Dương trong giai đoạn hiện nay.

3. Mục đích nghiên cứu

Đề tài nghiên cứu nhằm nâng cao hiểu biết của bản thân, trình bày ý tưởng của mình, xem như đề xuất giải pháp giúp cải thiện tình hình tình trạng của thương hiệu vải thiều vùng Thanh Hà – Hải Dương hiện nay. Đồng thời, đây cũng là tài liệu tham khảo cho những ai quan tâm đến vấn đề này.

4. Phương pháp nghiên cứu đề tài

Để giải quyết các nhiệm vụ đặt ra, khóa luận đã sử dụng các phương pháp nghiên cứu sau đây:

- Phương pháp nghiên cứu tài liệu
- Phương pháp khảo sát thực tế;
- Phương pháp phỏng vấn
- Phương pháp phân tích tổng hợp.

5. Đóng góp của đề tài

Trên cơ sở tìm hiểu những vấn đề mang tính lý luận về thương hiệu và TCSK, tìm hiểu về thương hiệu nông sản vải thiều Thanh Hà cũng như thực trạng xây dựng, bảo vệ và phát triển thương hiệu này, bài viết đề xuất tổ chức một số ý tưởng về các sự kiện có thể tổ chức giúp phát triển thương hiệu nông sản này trong giai đoạn hiện nay.

6. Bố cục của đề tài

Ngoài phần mở đầu, phần kết luận, tài liệu tham khảo và phụ lục đề tài gồm 3 chương:

Chương 1: Cơ sở lý luận về thương hiệu và tổ chức sự kiện

Chương 2: Thực trạng tổ chức sự kiện gắn với phát triển thương hiệu vải thiều Thanh Hà - Hải Dương hiện nay.

Chương 3: Đề xuất tổ chức một số sự kiện nhằm phát triển thương hiệu vải thiều Thanh Hà trong giai đoạn hiện nay

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Phan Nhật Anh, 2012, *Ứng dụng quản trị thương hiệu vào quá trình xây dựng và phát triển thương hiệu khoa Quản lý Văn hóa Nghệ thuật*, trường Đại học Văn hóa Hà Nội, khóa luận tốt nghiệp.
2. TS. Trương Đình Chiến, 2005, *Quản trị thương hiệu hàng hóa Lý thuyết và thực tiễn*, NXB Thống kê, Hà Nội.
3. TS. Cao Đức Hải và Th.s Nguyễn Khánh Ngọc, 2010, *Giáo trình quản lý lễ hội và sự kiện*, NXB Quốc gia Hà Nội.
4. Cao Đức Hải và Lê Ngọc Thủy, 2011, *Quản lý dự án Văn hóa Nghệ thuật*, NXB Quốc gia Hà Nội.
5. Lê Xuân Kiêu, *Từ quan điểm của Hồ Chí Minh về văn hóa, suy nghĩ về nhiệm vụ xây dựng nền văn hóa tiên tiến, đậm đà bản sắc văn hóa dân tộc hiện nay*, tạp chí nghiên cứu văn hóa – số 6.
6. *Luật sở hữu trí tuệ 2005*.
7. Lưu Văn Nghiêm, 2009, *Tổ chức sự kiện*, NXB, Đại học Kinh tế Quốc dân.
8. An Thị Thanh Nhân và Lục Thị Thu Hường, 2010, *Quản trị xúc tiến thương mại trong xây dựng và phát triển thương hiệu*, NXB Lao động – Xã hội.
9. Nguyễn Thị Lan Thanh, 2012, *Giáo trình Marketing Văn hóa Nghệ thuật*, NXB Quốc gia Hà Nội.
10. <http://vi.wikipedia.org>, *Thương hiệu*, được lấy về từ:
http://vi.wikipedia.org/wiki/Th%C6%B0%C6%A1ng_hi%E1%BB%87u
11. <http://thepathfinder.com.vn>, *Xây dựng, phát triển & quản trị thương hiệu mạnh như thế nào?*, được lấy từ:
<http://thepathfinder.com.vn/index.php?option=content&task=view&id=75>

12. <http://trangia-co.com>, *Những điều cần biết khi tổ chức sự kiện*, được lấy về từ: <http://trangia-co.com/tu-van.html>

13. <http://www.lehoicaphe.com>, *Chương trình Lễ hội cà phê lần thứ 3*, được lấy về từ: <http://www.lehoicaphe.com/chuong-trinh/chuong-trinh-le-hoi-ca-phe-buon-ma-thuoc-lan-thu-3/>

14. <http://vaithanhha.com>, *Hấp dẫn buổi tham quan vườn Vải Tổ của trung tâm Anh ngữ Oxford (P2)*, được lấy về từ: <http://vaithanhha.com/2011/07/hap-dan-buoi-tham-quan-vuon-vai-to-cua-trung-tam-anh-ngu-oxford-p2.html>

15. <http://tailieu.vn>, *Đồ án xây dựng và phát triển thương hiệu*, được lấy về từ: <http://tailieu.vn/xem-tai-lieu/do-an-xay-dung-va-phat-trien-thuong-hieu.499428.html>.