

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

KHÓA LUẬN TỐT NGHIỆP
CHUYÊN NGÀNH: QUẢN LÝ VĂN HÓA

ĐỀ TÀI:

XÂY DỰNG VÀ PHÁT TRIỂN THƯƠNG HIỆU
LÀNG NGHỀ NƯỚC MẮM TẠI THỊ XÃ CỬA LÒ –
TỈNH NGHỆ AN

Giảng viên hướng dẫn :

Sinh viên thực hiện : *Phạm Thị Anh Đào*

Lớp :

HÀ NỘI – 2011

MỤC LỤC

MỤC LỤC.....	1
PHẦN MỞ ĐẦU.....	3
CHƯƠNG 1 VAI TRÒ CỦA CÔNG TÁC XÂY DỰNG VÀ PHÁT TRIỂN THƯƠNG HIỆU CHO SẢN PHẨM HÀNG HÓA	6
1.1 Khái niệm.....	6
1.2 Tầm quan trọng của thương hiệu đối với sản phẩm hàng hóa	9
1.3 Quy trình xây dựng thương hiệu	12
CHƯƠNG 2 THỰC TRẠNG CÔNG TÁC XÂY DỰNG VÀ PHÁT TRIỂN THƯƠNG HIỆU LÀNG NGHỀ NƯỚC MẮM TẠI CỬA LÒ –NGHỆ AN.....	18
2.1 Quy trình sản xuất nước mắm của làng nghề nước mắm tại Cửa Lò –Nghệ An	18
2.2 Những nét độc đáo trong sản phẩm nước mắm của làng nghề tại Cửa Lò –Nghệ An	22
2.3 Công tác xây dựng thương hiệu của làng nghề nước mắm tại Cửa Lò –Nghệ An: những vấn đề đặt ra hiện nay	25
2.3.1 Những thuận lợi trong công tác xây dựng và phát triển thương hiệu của làng nghề nước mắm tại Cửa Lò –Nghệ An.....	25
2.3.2 Xây dựng và phát triển thương hiệu của làng nghề nước mắm.....	30
2.4 Những kết quả đạt được trong công tác xây dựng và phát triển thương hiệu làng nghề nước mắm tại Cửa Lò –Nghệ An.....	32
2.5 Khó khăn và hạn chế trong công tác xây dựng và phát triển thương hiệu làng nghề nước mắm tại Cửa Lò –Nghệ An.....	33
CHƯƠNG 3 NHỮNG GIẢI PHÁP CƠ BẢN CHO CÔNG TÁC XÂY DỰNG VÀ PHÁT TRIỂN THƯƠNG HIỆU LÀNG NGHỀ NƯỚC MẮM TẠI CỬA LÒ –NGHỆ AN.....	40
❖ Thị xã Cửa Lò cần có các kế hoạch dài hạn cho công tác xây dựng và phát triển thương hiệu làng nghề nước mắm.....	40
❖ Thực hiện công tác tuyên truyền kêu gọi các cơ sở sản xuất tham gia xây dựng ban quản lý làng nghề.....	41
❖ Khuyến khích và hỗ trợ các cơ sở sản xuất nước mắm tìm hiểu về đăng ký bảo hộ thương hiệu và cách thức đăng ký, tổ chức tham gia các hội chợ thực phẩm.....	44
❖ Khuyến khích người dân đưa sản phẩm đi kiểm định chất lượng.....	46
KẾT LUẬN.....	51
TÀI LIỆU THAM KHẢO	53
PHỤ LỤC.....	54

PHẦN MỞ ĐẦU

1. Lý do chọn đề tài

Thương hiệu là yếu tố quan trọng của mỗi doanh nghiệp trong việc quảng bá hình ảnh, nâng tầm doanh nghiệp cũng như giúp người tiêu dùng nhận biết sản phẩm. Từ lâu, thương hiệu đã được những người làm kinh doanh sử dụng và coi như yếu tố sống còn của doanh nghiệp. Tuy nhiên hiện nay, thương hiệu còn là vấn đề được nhiều đối tượng khác quan tâm, trong đó có các làng nghề.

Tại Việt nam có tất cả 2.790 làng nghề, được chia thành các loại như: đan lát thủ công mỹ nghệ, thêu ren, dệt, chạm khắc, chế biến nông/hải/lâm sản... Sản phẩm của các làng nghề đều có những nét độc đáo, khác biệt riêng có. Tuy nhiên sản phẩm làm ra nhiều, lượng lao động tham gia lớn nhưng lượng bán ra rất ít. Điều này được lý giải từ việc yếu kém trong công tác xây dựng và phát triển thương hiệu, chưa biết tận dụng thế mạnh để đưa sản phẩm của mình đến với khách hàng. Đây là tình trạng chung của hầu hết các làng nghề Việt Nam hiện nay.

Cũng trong tình hình đó, Tỉnh Nghệ An hiện có gần 400 làng nghề nhưng chưa có nhiều làng xây dựng và phát triển tốt thương hiệu. Sản phẩm của các làng làm ra chưa có nhiều người biết đến, phải bán rẻ cho các thương lái hoặc bán một cách cầm chừng cho khách hàng có nhu cầu. Với tình trạng nguyên liệu đắt, giá cả leo thang, sản phẩm làm ra không tiêu thụ được, trong thời gian không lâu nữa các làng nghề Việt Nam nói chung và Nghệ An nói riêng sẽ dần bị mai một, mất đi những nét văn hóa đặc sắc của đất nước cũng như mất đi nguồn thu lớn cho người dân làm nghề.

Để hiểu rõ nguyên nhân của sự yếu kém trong công tác xây dựng thương hiệu của làng nghề, trong khuôn khổ một khóa luận tốt nghiệp, tôi đã đi sâu

vào nghiên cứu đề tài “*Xây dựng và phát triển thương hiệu làng nghề nước mắm tại Thị Xã Cửa Lò –Tỉnh Nghệ An*” nhằm thấy rõ thực trạng của làng nghề nước mắm tại Cửa Lò nói riêng cũng như các làng nghề khác của Tỉnh Nghệ An nói chung, từ đó đóng góp một số giải pháp cơ bản nhằm khắc phục tình trạng yếu kém nói trên. Đề tài cũng là cơ sở cho những ai quan tâm đến vấn đề này.

2. Đối tượng nghiên cứu và phạm vi nghiên cứu

Nghề làm nước mắm ở Cửa Lò –Nghệ An hiện đang tạo ra thu nhập cao cho hầu hết các gia đình có cơ sở sản xuất. Thương hiệu của làng nghề cũng đang ở những giai đoạn sơ khai hình thành, có rất nhiều vấn đề cần quan tâm để thấy được thành quả cố gắng của nhiều thế hệ người làm nước mắm nơi đây, đồng thời cũng có nhiều bất cập cần phải đóng góp ý kiến để cải tiến, sửa đổi.

Trong khóa luận này tôi sẽ đề cập đến công tác xây dựng và phát triển thương hiệu làng nghề nước mắm tại Cửa Lò –Nghệ An.

3. Mục tiêu nghiên cứu và mục đích nghiên cứu

Mục tiêu nghiên cứu

Làm rõ cơ sở lý luận và tầm quan trọng của đề tài, nghiên cứu tình hình công tác xây dựng và phát triển thương hiệu làng nghề nước mắm tại Thị xã Cửa Lò, Nghệ An.

Mục đích nghiên cứu

Nghiên cứu nhằm hiểu rõ về thực trạng công tác xây dựng và phát triển thương hiệu các làng nghề nước mắm tại Cửa Lò –Nghệ An. Từ đó rút ra những kinh nghiệm quý giá cho việc xây dựng thương hiệu nói chung và xây dựng thương hiệu làng nghề nói riêng.

4. Phương pháp nghiên cứu:

Trong quá trình nghiên cứu đề tài tại địa bàn Thị xã Cửa Lò –Nghệ An, tác giả đã sử dụng các phương pháp nghiên cứu chính như: phương pháp cứu tài liệu, phương pháp thống kê, phương pháp tổng hợp, phương pháp phân tích...

5. Bố cục khóa luận

Chương 1: Vai trò của công tác xây dựng và phát triển thương hiệu cho sản phẩm hàng hóa

Chương 2: Thực trạng công tác xây dựng và phát triển thương hiệu làng nghề nước mắm tại Cửa Lò –Nghệ An

Chương 3: Những giải pháp cơ bản cho công tác xây dựng và phát triển thương hiệu của làng nghề nước mắm tại Cửa Lò –Nghệ An

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Trần Minh Đạo. ***Giáo trình Marketing căn bản***. Nhà xuất bản Đại học Kinh tế Quốc dân.2006
2. Philip Kotler. ***Marketing căn bản***. Nhà xuất bản Lao động –Xã hội.2007
3. Philip Kotler. ***Quản trị Marketing***.Nhà xuất bản thống kê.2006
4. Richard Moore. ***Đầu tư cho chiến lược hình ảnh thương hiệu***. Nhà xuất bản Văn hóa –Thông tin. 2009
5. An Thị Thanh Nhân –Lục Thị Hương. ***Quản trị xúc tiến thương mại trong xây dựng và phát triển thương hiệu***. Nhà xuất bản Lao động –Xã hội.2010
6. Jacky Tai. ***Đặt tên cho thương hiệu***. Nhà xuất bản trẻ. 2010.
7. Viện nghiên cứu và đào tạo về quản lý. ***Tạo dựng thương hiệu nổi tiếng***. Nhà xuất bản Lao động –Xã hội.2007
8. ***Cải tiến quy trình sản xuất nước mắm truyền thống Việt Nam***. Tạp chí thương mại thủy sản Số 130. Tháng 10/2010
9. ***Luật sở hữu trí tuệ***. NXB Hồng Đức.2009
10. Ủy ban nhân dân thị xã Cửa Lò. ***Lịch sử hình thành và phát triển của Thị Xã Cửa Lò-Nghệ An***
11. Ủy ban nhân dân Huyện Nghi Lộc. ***Lịch sử hình thành và phát triển của Huyện Nghi Lộc –Nghệ An***
12. Website: <http://cuocsongviet.com.vn>
13. Website: <http://www.luathoangminh.com>
14. Website: <http://forum.mait.vn>
15. Website: <http://baohothuonghieu.com>