

ĐẠI HỌC THÁI NGUYÊN
TRƯỜNG ĐẠI HỌC NÔNG LÂM



SÈN NGỌC BÌNH

**GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN THƯƠNG HIỆU
CHÈ SHAN TUYẾT HUYỆN HOÀNG SU PHÌ,
TỈNH HÀ GIANG**

**LUẬN VĂN THẠC SĨ
PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN**

THÁI NGUYÊN - 2018

ĐẠI HỌC THÁI NGUYÊN
TRƯỜNG ĐẠI HỌC NÔNG LÂM



SÈN NGỌC BÌNH

**GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN THƯƠNG HIỆU
CHÈ SHAN TUYẾT HUYỆN HOÀNG SU PHÌ,
TỈNH HÀ GIANG**

**Ngành: Phát triển nông thôn
Mã số ngành:8.62.01.16**

**LUẬN VĂN THẠC SĨ
PHÁT TRIỂN NÔNG THÔN**

Người hướng dẫn khoa học: TS. Bùi Đình Hòa

THÁI NGUYÊN - 2018

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan luận văn “Giải pháp phát triển thương hiệu chè Shan tuyết huyện Hoàng Su Phì, tỉnh Hà Giang” là công trình nghiên cứu của cá nhân tôi. Đề tài hoàn toàn trung thực và chưa được sử dụng để bảo vệ một học vị nào. Các thông tin sử dụng trong đề tài đã được ghi rõ nguồn gốc, các tài liệu tham khảo được trích dẫn đầy đủ, mọi sự giúp đỡ cho luận văn này đã được cảm ơn.

Tác giả đề tài

Sèn Ngọc Bình

LỜI CẢM ƠN

Tôi xin trân trọng cảm ơn Ban Giám hiệu, Phòng Đào tạo sau đại học cũng như các khoa chuyên môn, phòng ban của Trường Đại học Nông Lâm đã tạo điều kiện thuận lợi cho tôi trong quá trình học tập và nghiên cứu tại trường. Để hoàn thành nội dung đề tài "*Giải pháp phát triển thương hiệu chè Shan tuyết huyện Hoàng Su Phì, tỉnh Hà Giang*", ngoài sự cố gắng, nỗ lực của bản thân, tôi luôn nhận được sự giúp đỡ tận tình của nhiều cá nhân và tập thể. Tôi xin bày tỏ lòng biết ơn sâu sắc đến TS. Bùi Đình Hòa, người đã tận tình chỉ bảo, hướng dẫn giúp đỡ tôi thực hiện và hoàn thành đề tài này. Trong quá trình làm việc, xin trân trọng cảm ơn sự tạo điều kiện giúp đỡ của UBND huyện Hoàng Su Phì, các phòng, ban, đơn vị của huyện: Phòng Nông nghiệp & PTNT, Chi cục Thống kê, Phòng Tài Nguyên và Môi trường; Đảng ủy, HĐND, UBND, UBMTTQ và các đoàn thể chính trị - xã hội, các tổ chức xã hội các xã Nậm Ty, Thông Nguyên đã tạo điều kiện thuận lợi cho tôi trong việc thu thập số liệu thứ cấp, sơ cấp và các thông tin hữu ích phục vụ nghiên cứu. Xin cảm ơn gia đình, bạn bè và đồng nghiệp đã giúp đỡ, động viên tôi trong suốt quá trình thực hiện đề tài tốt nghiệp.

Thái Nguyên, ngày tháng năm 2018

Tác giả

Sèn Ngọc Bình

MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN	i
LỜI CẢM ƠN	ii
DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT	vi
MỞ ĐẦU	1
1.1. Tính cấp thiết của đề tài	1
1.2. Mục tiêu nghiên cứu	2
1.2.1. Mục tiêu chung	2
1.2.2. Mục tiêu cụ thể	2
1.3. Ý nghĩa của đề tài	2
Chương 1. TỔNG QUAN TÀI LIỆU	3
1.1. Cơ Sở lý luận	3
1.1.1. Những lý luận cơ bản về thương hiệu	3
1.1.2. Những lý luận về phát triển thương hiệu	15
1.2. Cơ sở thực tiễn	25
1.2.1. Kinh nghiệm quản trị và phát triển thương hiệu trên thế giới	25
1.2.2. Kinh nghiệm quản trị và phát triển thương hiệu tại Việt Nam	27
1.2.3. Bài học kinh nghiệm	30
Chương 2. ĐỐI TƯỢNG, NỘI DUNG VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU	31
2.1. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu	31
2.1.1. Đối tượng nghiên cứu	31
2.1.2. Phạm vi nghiên cứu	31
- Phạm vi thời gian:	31
2.2. Nội dung nghiên cứu	31
2.3. Phương pháp nghiên cứu	31
2.3.1. Phương pháp chọn điểm và chọn mẫu nghiên cứu	31
2.3.2. Phương pháp thu thập số liệu	32
2.3.3. Phương pháp xử lý số liệu	34

2.3.4. Phương pháp phân tích số liệu	34
2.3.5. Các chỉ tiêu sử dụng trong nghiên cứu.....	35
Chương 3. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN	37
3.1. Đặc điểm địa bàn nghiên cứu	37
3.1.1. Đặc điểm tự nhiên	37
3.1.2. Điều kiện kinh tế - xã hội.....	38
3.1.3. Tình hình sản xuất chè tại huyện Hoàng Su Phì	44
3.2. Thực trạng phát triển thương hiệu chè Shan tuyết Hoàng Su Phì.....	54
3.2.1. Khái quát quá trình phát triển thương hiệu Chè Shan tuyết Hoàng Su Phì.....	54
3.2.2. Thực trạng phát triển thương hiệu chè Shan tuyết huyện Hoàng Su Phì.....	59
3.2.3. Phân tích các yếu tố ảnh hưởng tới quá trình phát triển thương hiệu chè shan tuyết Hoàng Su Phì	76
3.2.4. Đánh giá thực phát triển thương hiệu Chè Shan tuyết Hoàng Su Phì.....	78
3.3. Định hướng và giải pháp phát triển thương hiệu Chè Shan tuyết Hoàng Su Phì.....	80
3.3.1. Định hướng phát triển thương hiệu	80
3.3.2. Giải pháp phát triển thương hiệu Chè Shan tuyết Hoàng Su Phì.....	81
Chương 4. KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ	91
4.1. Kết luận	91
4.2. Kiến nghị	92
4.2.1. Đối với tỉnh Hà Giang.....	92
4.2.2. Đối với huyện Hoàng Su Phì	92
4.2.3. Đối với hộ sản xuất, chế biến chè	93
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	94

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

BQ	Bình quân
ĐVT	Đơn vị tính
DTCS	Diện tích chăm sóc
DTTH	Diện tích thu hoạch
GAP	Sản xuất nông nghiệp an toàn
HĐND	Hội đồng nhân dân
HTX	Hợp tác xã
HSP	Hoàng Su Phì
KD	Kinh doanh
KT – XH	Kinh tế - xã hội
PTNT	Phát triển nông thôn
TC,CN	Tổ chức, cá nhân
SP	Sản phẩm
STT	Số thứ tự
TB	Trung bình
TN&MT	Tài nguyên và môi trường
TT	Trung tâm
TH	Thương hiệu
UBND	Ủy ban nhân dân
VNĐ	Việt Nam đồng
VP	Văn Phòng
WIPO	Tổ chức sở hữu trí tuệ thế giới
WTO	Tổ chức thương mại Thế giới

DANH MỤC CÁC BẢNG

Bảng 1.1.	So sánh giữa nhãn hiệu và thương hiệu.....	8
Bảng 1.2.	Xếp hạng 10 thương hiệu có giá trị nhất thế giới năm 2017	14
Bảng 2.1.	Số mẫu và đối tượng điều tra, phỏng vấn thu thập thông tin	32
Bảng 3.1.	Tình hình sử dụng đất đai của huyện Hoàng Su Phì năm 2017	40
Bảng 3.2.	Giá trị sản xuất các ngành kinh tế huyện Hoàng Su Phì qua các năm 2014 - 2017	42
Bảng 3.3.	Diện tích chè tại huyện Hoàng Su Phì năm 2017.....	45
Bảng 3.4.	Biến động diện tích, năng suất, sản lượng chè huyện Hoàng Su Phì trước và sau khi có thương hiệu	49
Bảng 3.5.	Độ tuổi, nhân khẩu, số lao động phân theo thành phần kinh tế hộ trồng chè	50
Bảng 3.6.	Tình hình được tập huấn về sản xuất chè của các hộ	51
Bảng 3.7.	Diện tích, tuổi chè phân theo kinh tế các hộ trồng chè.	52
Bảng 3.8.	Sản lượng chè phân theo kinh tế các hộ trồng chè	53
Bảng 3.9.	Phân công trách nhiệm trong quản lý thương hiệu Chè Shan tuyết Hoàng Su Phì.....	61
Bảng 3.10.	Tiêu chuẩn chung về chất lượng Chè Shan tuyết Hoàng Su Phì.....	62
Bảng 3.11.	Ấn tượng của khách hàng về thương hiệu Chè Shan tuyết Hoàng Su Phì.....	64
Bảng 3.12.	Cảm nhận của khách hàng khi sử dụng chè shan tuyết Hoàng Su Phì.....	65
Bảng 3.13.	Sản lượng chè tiêu thụ trong và ngoài tỉnh qua các năm.....	66
Bảng 3.14.	Biến động giá chè trước và sau khi có thương hiệu	70
Bảng 3.15.	Chương trình quảng cáo Chè Shan tuyết Hoàng Su Phì qua truyền hình.....	73
Bảng 3.16.	Số lượt hội chợ, triển lãm và tổ chức bán hàng qua các năm.....	75