

**ĐẠI HỌC THÁI NGUYÊN**  
**TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ VÀ QUẢN TRỊ KINH DOANH**

**DƯƠNG NGỌC TÚ**

**PHÁT TRIỂN THƯƠNG HIỆU “THẠCH ĐEN CAO BẰNG”  
Ở HUYỆN THẠCH AN, TỈNH CAO BẰNG**

**NGÀNH: QUẢN TRỊ KINH DOANH**

**Mã số: 8.34.01.01**

**LUẬN VĂN THẠC SĨ THEO ĐỊNH HƯỚNG ỨNG DỤNG**

**Người hướng dẫn khoa học: PGS.TS TRẦN CHÍ THIÊN**

**THÁI NGUYÊN - 2019**

**LỜI CAM ĐOAN**

Tôi xin cam đoan rằng, đây là công trình nghiên cứu của riêng tôi. Những số liệu, thông tin và kết quả nghiên cứu trong luận văn là trung thực và chưa được sử dụng để bảo vệ bất cứ một luận văn nào. Các thông tin trích dẫn trong luận văn đều đã được ghi rõ nguồn gốc.

*Thái Nguyên, tháng 8 năm 2019*

**Tác giả**

**Dương Ngọc Tú**

## LỜI CẢM ƠN

Trong quá trình thực hiện đề tài: **“Phát triển thương hiệu “thạch đen Cao Bằng” ở huyện Thạch An, tỉnh Cao Bằng”**, tôi đã nhận được sự hướng dẫn, giúp đỡ, động viên của nhiều cá nhân và tập thể. Tôi xin được bày tỏ sự cảm ơn sâu sắc nhất tới tất cả các cá nhân và tập thể đã tạo điều kiện giúp đỡ tôi trong học tập và nghiên cứu.

Tôi xin trân trọng cảm ơn Ban Giám hiệu, Phòng Đào tạo, các khoa, phòng của Trường Đại học Kinh tế và Quản trị kinh doanh - Đại học Thái Nguyên đã tạo điều kiện giúp đỡ tôi về mọi mặt trong quá trình học tập và hoàn thành luận văn này.

Tôi xin cảm ơn sự giúp đỡ, đóng góp nhiều ý kiến quý báu của các nhà khoa học, các thầy, cô giáo trong Trường Đại học Kinh tế và Quản trị Kinh doanh - Đại học Thái Nguyên.

Trong quá trình thực hiện đề tài, tôi còn được sự giúp đỡ và cộng tác của các đồng chí tại các địa điểm nghiên cứu, tôi xin chân thành cảm ơn các bạn bè, đồng nghiệp và gia đình đã tạo điều kiện mọi mặt để tôi hoàn thành nghiên cứu này.

Tôi xin bày tỏ sự cảm ơn sâu sắc đối với mọi sự giúp đỡ quý báu đó.

*Thái Nguyên, tháng 8 năm 2019*

**Tác giả**

**Dương Ngọc Tú**

## MỤC LỤC

<b>LỜI CAM ĐOAN .....</b>	<b>i</b>
<b>LỜI CẢM ƠN .....</b>	<b>ii</b>
<b>MỤC LỤC .....</b>	<b>iii</b>
<b>DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT .....</b>	<b>vii</b>
<b>DANH MỤC BẢNG BIỂU, SƠ ĐỒ, HÌNH VẼ .....</b>	<b>viii</b>
<b>MỞ ĐẦU .....</b>	<b>1</b>
1. Tính cấp thiết của đề tài .....	1
2. Mục tiêu nghiên cứu.....	3
3. Đối tượng nghiên cứu.....	3
4. Đóng góp của luận văn.....	4
5. Kết cấu luận văn.....	5
<b>Chương 1 CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ KINH NGHIỆM THỰC TIỄN VỀ PHÁT TRIỂN THƯƠNG HIỆU CHO CÁC SẢN PHẨM NÔNG NGHIỆP .....</b>	<b>6</b>
1.1. Cơ sở lý luận về phát triển thương hiệu cho các sản phẩm nông nghiệp ..	6
1.1.1. Các khái niệm.....	6
1.1.2. Các yếu tố cấu thành thương hiệu và vai trò của phát triển thương hiệu cho sản phẩm nông nghiệp.....	10
1.1.3. Nội dung phát triển thương hiệu cho sản phẩm nông sản.....	14
1.1.4. Những nhân tố ảnh hưởng đến các hoạt động phát triển thương hiệu cho nông sản.....	19
1.2. Kinh nghiệm thực tiễn phát triển thương hiệu sản phẩm nông sản .....	23
1.2.1. Kinh nghiệm phát triển thương hiệu chè Thái Nguyên .....	23
1.2.2. Kinh nghiệm phát triển nhãn hiệu chứng nhận “Nghệ Chí Tân” của huyện Khoái Châu, tỉnh Hưng Yên.....	25
1.2.3. Bài học kinh nghiệm cho tỉnh Cao Bằng cho phát triển thương hiệu “Thạch đen Cao Bằng” .....	27

<b>Chương 2 PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU.....</b>	<b>29</b>
2.1. Câu hỏi nghiên cứu .....	29
2.2. Phương pháp nghiên cứu.....	29
2.2.1. Phương pháp thu thập thông tin .....	29
2.2.2. Phương pháp xử lý thông tin.....	32
2.2.3. Phương pháp phân tích thông tin .....	32
2.3. Hệ thống các chỉ tiêu nghiên cứu.....	33
2.3.1. Nhóm chỉ tiêu phản ánh thực trạng sản xuất kinh doanh của các hộ....	33
2.3.2. Các chỉ tiêu đánh giá thương hiệu nông sản .....	33
2.3.3. Các chỉ tiêu đánh giá phát triển thương hiệu .....	34
<b>Chương 3 THỰC TRẠNG PHÁT TRIỂN THƯƠNG HIỆU “THẠCH ĐEN CAO BẰNG” HUYỆN THẠCH AN, TỈNH CAO BẰNG.....</b>	<b>35</b>
3.1. Đặc điểm tự nhiên và tình hình kinh tế - xã hội của huyện Thạch An ....	35
3.1.1. Đặc điểm tự nhiên của huyện Thạch An.....	35
3.1.2. Tình hình kinh tế - xã hội của huyện Thạch An .....	36
3.2. Tình hình sản xuất và kinh doanh thạch đen ở huyện Thạch An, tỉnh Cao Bằng.....	38
3.2.1. Vai trò của cây thạch đen huyện Thạch An .....	38
3.2.2. Tiềm năng thế mạnh về các sản phẩm từ cây thạch đen .....	39
3.2.3. Tình hình sản xuất kinh doanh của các hộ trồng cây thạch đen ở huyện Thạch An, tỉnh Cao Bằng.....	40
3.3. Quản trị và phát triển thương hiệu “Thạch đen Cao Bằng” ở huyện Thạch An, tỉnh Cao Bằng.....	45
3.3.1. Xây dựng thương hiệu.....	45
3.3.2. Phát triển thương hiệu .....	54
3.3.3. Bảo vệ thương hiệu .....	55
3.3.4. Định giá và khai thác thương hiệu .....	57

3.4. Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến phát triển thương hiệu “thạch đen Cao Bằng” .....	59
3.5. Đánh giá chung .....	69
3.5.1. Kết quả đạt được .....	69
3.5.2. Hạn chế và nguyên nhân .....	70
<b>Chương 4 GIẢI PHÁP NHẪM PHÁT TRIỂN THƯƠNG HIỆU “THẠCH ĐEN CAO BẰNG” Ở HUYỆN THẠCH AN, TỈNH CAO BẰNG .....</b>	<b>72</b>
4.1. Định hướng, mục tiêu phát triển thương hiệu cho các sản phẩm nông nghiệp của tỉnh Cao Bằng .....	72
4.1.1. Định hướng.....	72
4.1.2. Mục tiêu.....	73
4.2. Giải pháp phát triển thương hiệu “thạch đen Cao Bằng” ở huyện Thạch An, tỉnh Cao Bằng .....	74
4.2.1. Hoạch định chiến lược phát triển thương hiệu “thạch đen Cao Bằng”. 74	
4.2.2. Mở rộng quy mô sản xuất thạch đen cho huyện Thạch An, tỉnh Cao Bằng.....	75
4.2.3. Nâng cao nhận thức cho người dân về vai trò của thương hiệu .....	75
4.2.4. Nâng cao chất lượng sản phẩm thạch đen Cao Bằng.....	76
4.2.5. Đầu tư khoa học công nghệ vào sản xuất và chế biến sản phẩm.....	77
4.2.6. Nhóm giải pháp thực hiện quản lý và phát triển thương hiệu “thạch đen Cao Bằng” .....	78
4.3. Kiến nghị.....	78
4.3.1 Kiến nghị với chính phủ.....	78
4.3.2. Kiến nghị với UBND tỉnh Cao Bằng .....	79
4.3.3. Kiến nghị với UBND huyện Thạch An .....	79
4.3.4. Kiến nghị với doanh nghiệp, các hộ kinh doanh khai thác sử dụng thương hiệu.....	80

<b>KẾT LUẬN</b> .....	<b>81</b>
<b>DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO</b> .....	<b>83</b>
<b>PHỤ LỤC</b> .....	<b>87</b>

**DANH MỤC CÁC TỪ VIẾT**

<b>Từ viết tắt</b>	<b>Nguyên nghĩa</b>
UBND	Ủy ban nhân dân
NHTT	Nhãn hiệu tập thể
DN	Doanh nghiệp
SHTT	Sở hữu trí tuệ
NHCN	Nhãn hiệu chứng nhận
NNPTNT	Nông nghiệp phát triển nông thôn
NN&PTNT	Nông nghiệp và Phát triển nông thôn
TSCĐ	Tài sản cố định



## **DANH MỤC BẢNG BIỂU, SƠ ĐỒ, HÌNH VẼ**

Bảng 2.1. Thống kê số lượng hộ sản xuất kinh doanh thạch đen được khảo sát	30
Bảng 3.1. Kết quả kinh tế - xã hội huyện Thạch An giai đoạn 2016-2018 ....	36
Bảng 3.2. Diện tích các loại cây trồng chủ lực của huyện Thạch An.....	39
năm 2018 .....	39
Bảng 3.3. Tình hình chung về cây thạch đen của huyện Thạch An.....	40
Bảng 3.4. Nhu cầu tiêu dùng của khách hàng về các sản phẩm từ cây thạch đen Cao Bằng .....	45
Bảng 3.5. Tiêu chí cảm quan cây thạch đen tươi .....	47
Bảng 3.6. Tiêu chí cảm quan về thạch đen thành phẩm .....	47
Bảng 3.7. Đánh giá của khách hàng về thương hiệu “Thạch đen Cao Bằng”	54
Bảng 3.8. So sánh thương hiệu “thạch đen Cao Bằng” và “thạch đen Tràng Định, Lạng Sơn” .....	58
Bảng 3.9. Quy mô vốn của các hộ dân trồng thạch tại huyện Thạch An, tỉnh Cao Bằng .....	68
Sơ đồ 3.1. Quy trình sản xuất thạch đen thành phẩm tại Thạch An Cao Bằng	42
Sơ đồ 3.2. Các hình thức tiêu thụ Thạch đen tại huyện Thạch An, Cao Bằng	44
Sơ đồ 3.3. Mô hình tổ chức quản lý nhãn hiệu chứng nhận Thạch đen Cao Bằng.....	53
Sơ đồ 3.4. Đánh giá của người dân về mức độ ảnh hưởng của chính sách, pháp luật .....	61
Sơ đồ 3.5. Đánh giá của khách hàng về mức độ ảnh hưởng của thương hiệu “thạch đen Cao Bằng” tới sự lựa chọn sản phẩm.....	62
Sơ đồ 3.6. Đánh giá của người dân về mức độ ảnh hưởng của thương hiệu “thạch đen Cao Bằng” tới sản xuất kinh doanh của hộ.....	63
Sơ đồ 3.7. Đánh giá của người dân về mức độ ảnh hưởng của trình độ khoa học kỹ thuật tới phát triển thương hiệu “thạch đen Cao Bằng” .....	65

Sơ đồ 3.8. Đánh giá của người dân về mức độ ảnh hưởng của liên kết tới phát triển thương hiệu “thạch đen Cao Bằng” .....	67
Sơ đồ 3.9. Đánh giá của người dân về vai trò của vốn tới hoạt động sản xuất kinh doanh của hộ và phát triển thương hiệu .....	69
Hình 3.1. Bản đồ vùng sản xuất sản phẩm mang thương hiệu “Thạch đen Cao Bằng” .....	48
Hình 3.2. Nhãn hiệu Thạch đen Cao Bằng .....	55