

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

NGUYỄN THỊ THANH DUYÊN

**NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH SẢN PHẨM
CHÈ TÂN CƯƠNG, TỈNH THÁI NGUYÊN**

LUẬN VĂN THẠC SĨ KINH TẾ

Chuyên ngành: Quản trị kinh doanh

THÁI NGUYÊN – 2014

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

NGUYỄN THỊ THANH DUYÊN

**NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH SẢN PHẨM
CHÈ TÂN CƯƠNG, TỈNH THÁI NGUYÊN**

Chuyên ngành: Quản trị kinh doanh

Mã số: 60.34.01.02

LUẬN VĂN THẠC SĨ KINH TẾ

Người hướng dẫn khoa học: PGS.TS. Nguyễn Thị Hồng Nhung

THÁI NGUYÊN – 2014

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan đây là công trình nghiên cứu khoa học của riêng tôi. Các số liệu và trích dẫn trong luận văn là trung thực. Các kết quả nghiên cứu của luận văn không trùng với bất kỳ công trình nào khác.

Tác giả luận văn

Nguyễn Thị Thanh Duyên

LỜI CẢM ƠN

Trước và trong quá trình thực hiện đề tài, tác giả đã nhận được sự quan tâm và hướng dẫn nhiệt tình của PGS.TS. Nguyễn Thị Hồng Nhung. Tác giả xin gửi tới Cô lời biết ơn chân thành và sâu sắc nhất.

Nhân đây, tác giả xin chân thành cảm ơn các Thầy Cô trường Đại học Kinh Tế và Quản Trị Kinh Doanh, đặc biệt là các thầy cô đã tận tình truyền đạt kiến thức trong suốt thời gian tác giả học tập tại Trường.

Đồng thời, tác giả cũng xin cảm ơn Khoa sau Đại học, Ban giám hiệu Trường Đại học Kinh Tế và Quản Trị Kinh Doanh đã tạo điều kiện cho tác giả học tập và hoàn thành tốt khóa học.

Cuối cùng, tác giả xin gửi lời cảm ơn tới gia đình, bạn bè, đặc biệt là các đồng nghiệp nơi tác giả công tác – Trường Cao đẳng Công Nghệ và Kinh Tế Công Nghiệp đã tạo mọi điều kiện, giúp đỡ khuyến khích tác giả trong suốt quá trình thực hiện đề tài.

Mặc dù tác giả đã cố gắng hoàn thành luận văn bằng tất cả tâm huyết và năng lực của mình, tuy nhiên không thể tránh khỏi những thiếu sót, rất mong nhận được sự đóng góp quý báu của Thầy cô và các bạn.

Tác giả luận văn

Nguyễn Thị Thanh Duyên

MỤC LỤC

LỜI CAM ĐOAN.....	i
LỜI CẢM ƠN.....	ii
MỤC LỤC.....	iii
DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT.....	vii
DANH MỤC CÁC BẢNG.....	viii
MỞ ĐẦU	1
1. Tính cấp thiết của đề tài.....	1
2. Mục tiêu nghiên cứu của luận văn.....	3
3. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu.....	3
4. Những đóng góp khoa học của luận văn.....	4
5. Bố cục của luận văn.....	4
Chương 1: CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ THỰC TIỄN VỀ NĂNG LỰC CẠNH TRANH VÀ NĂNG LỰC CẠNH TRANH SẢN PHẨM	5
1.1. Cơ sở lý luận về cạnh tranh và năng lực cạnh tranh.....	5
1.1.1. Khái quát về năng lực cạnh tranh.....	5
1.1.1.1. Cạnh tranh.....	5
1.1.1.2. Năng lực cạnh tranh.....	7
1.1.2. Các tiêu chí đánh giá năng lực cạnh tranh.....	10
1.1.2.1. Các chỉ tiêu định lượng.....	10
1.1.2.2. Các chỉ tiêu định tính.....	11
1.1.3. Các yếu tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh.....	15
1.1.3.1. Điều kiện về các yếu tố sản xuất.....	15
1.1.3.2. Điều kiện về cầu đối với sản phẩm Chè.....	16
1.1.3.3. Các ngành hỗ trợ và có liên quan đến sản phẩm Chè.....	17
1.1.3.4. Năng lực và cơ cấu ngành.....	17

1.1.3.5. Vai trò của Nhà nước	18
1.2. Cơ sở thực tiễn về năng lực cạnh tranh.....	18
1.2.1. Ấn Độ	18
1.2.2. Trung Quốc	21
1.2.3. Malaysia	22
1.2.4. Bài học kinh nghiệm đối với Việt Nam nói chung, Tân Cương - Thái Nguyên nói riêng	23
Chương 2: PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU CỦA ĐỀ TÀI.....	27
2.1. Câu hỏi nghiên cứu	27
2.2. Phương pháp nghiên cứu.....	27
2.2.1. Phương pháp chọn điểm nghiên cứu.....	27
2.2.2. Phương pháp thu thập thông tin	28
2.2.3. Phương pháp xử lý thông tin.....	28
2.2.4. Phương pháp tổng hợp thông tin.....	28
2.2.5. Phương pháp phân tích thông tin	28
2.2.5.1. Phương pháp duy vật biện chứng.....	28
2.2.5.2. Phương pháp so sánh.....	29
2.2.5.3. Phương pháp chi tiết	30
2.3. Hệ thống các chỉ tiêu nghiên cứu.....	31
Chương 3: THỰC TRẠNG VỀ NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA SẢN PHẨM CHÈ TÂN CƯƠNG, TỈNH THÁI NGUYÊN	33
3.1. Đặc điểm địa bàn nghiên cứu.....	33
3.2. Thực trạng năng lực cạnh tranh của sản phẩm Chè Tân Cương, tỉnh Thái Nguyên.....	35
3.2.1. Các chỉ tiêu định lượng.....	35
3.2.1.1. Thị phần.....	36
3.2.1.2. Giá cả.....	38
3.2.2. Các chỉ tiêu định tính	40

3.2.2.1. Chất lượng.....	41
3.2.2.2. Cơ cấu chủng loại.....	42
3.2.2.3. Khả năng cung ứng	43
3.2.2.4. Quy trình sản xuất và chất lượng sản phẩm.....	44
3.2.2.5. Thương hiệu	45
3.3. Các yếu tố ảnh hưởng đến năng lực cạnh tranh của sản phẩm Chè Tân Cương, tỉnh Thái Nguyên.....	46
3.3.1. Điều kiện về yếu tố sản xuất	46
3.3.2. Điều kiện về cầu đối với sản phẩm Chè Tân Cương	49
3.3.3. Các ngành hỗ trợ và có liên quan đến sản phẩm Chè	50
3.3.4. Năng lực và cơ cấu ngành.....	53
3.3.5. Vai trò của nhà nước	54
3.4. Đánh giá chung về năng lực cạnh tranh của sản phẩm Chè Tân Cương, tỉnh Thái Nguyên.....	55
3.4.1. Ưu điểm.....	55
3.4.2. Hạn chế và nguyên nhân	57
Chương 4: GIẢI PHÁP NHẪM NÂNG CAO NĂNG LỰC CẠNH TRANH CỦA SẢN PHẨM CHÈ TÂN CƯƠNG, TỈNH THÁI NGUYÊN ...	61
4.1. Phương hướng, mục tiêu nâng cao năng lực cạnh tranh sản phẩm chè trong thời gian tới của xã Tân Cương, tỉnh Thái Nguyên.....	61
4.1.1. Các quan điểm nâng cao năng lực cạnh tranh sản phẩm chè ở xã Tân Cương, tỉnh Thái Nguyên	61
4.1.1.1. Nâng cao năng lực cạnh tranh sản phẩm chè nhằm phát huy thế mạnh và khai thác tốt tiềm năng về tự nhiên, kinh tế, xã hội của xã.....	61
4.1.1.2. Nâng cao năng lực cạnh tranh sản phẩm chè theo hướng tập trung, thâm canh cao, đưa sản xuất chè trở thành sản xuất hàng hoá.....	62
4.1.1.3. Nâng cao năng lực cạnh tranh sản phẩm chè góp phần chuyển dịch cơ cấu kinh tế nông nghiệp hợp lý	63

4.1.1.4. Nâng cao năng lực cạnh tranh sản phẩm chè nhằm góp phần xoá đói giảm nghèo và giải quyết việc làm cho lao động nông nghiệp.....	63
4.1.2. Phương hướng và mục tiêu nâng cao năng lực cạnh tranh sản phẩm Chè Tân Cương, Thái Nguyên giai đoạn 2010 – 2015, định hướng đến năm 2020	64
4.1.2.1. Phương hướng.....	64
4.1.2.2. Mục tiêu.....	65
4.2. Giải pháp nâng cao năng lực cạnh tranh sản phẩm chè của xã Tân Cương, tỉnh Thái Nguyên giai đoạn 2010 – 2020.....	66
4.2.1. Tạo nguồn vốn đầu tư	66
4.2.2. Nâng cao chất lượng và vệ sinh an toàn thực phẩm	68
4.2.3. Đa dạng hóa sản phẩm xuất khẩu.....	73
4.2.4. Nâng cao khả năng cung cấp với số lượng lớn, kịp thời đáp ứng nhu cầu thị trường	75
4.2.5. Tăng cường hoạt động nghiên cứu thị trường, xúc tiến thương mại, từng bước thâm nhập hệ thống phân phối với các nước	77
4.2.6. Xây dựng và bảo vệ thương hiệu của sản phẩm Chè Tân Cương, tỉnh Thái Nguyên.....	80
4.2.7. Phát triển nguồn nhân lực	81
KẾT LUẬN	84
TÀI LIỆU THAM KHẢO	86

DANH MỤC CÁC CHỮ VIẾT TẮT

BVTV	: Bảo vệ thực vật
DN	: Doanh nghiệp
HTX	: Hợp tác xã
NHNN	: Ngân hàng nhà nước
NLCT	: Năng lực cạnh tranh
PTNT	: Phát triển nông thôn
TMCP	: Thương mại cổ phần

DANH MỤC CÁC BẢNG

Bảng 3.1: Chỉ số RCA sản phẩm chè của một số nước trên thế giới năm 2012 ..	36
Bảng 3.2: Thị phần của một số nước xuất khẩu chè trên thế giới nửa đầu năm 2013.....	36
Bảng 3.3: Thị phần của chè Việt Nam và SriLanka	37
Bảng 3.4: Bảng báo giá chi tiết chè Thái Nguyên	39
Bảng 3.5: Bảng báo giá chi tiết Chè Tân Cương Thái Nguyên	40
Bảng 4.1: Dự kiến diện tích, sản lượng chè toàn tỉnh đến năm 2020.....	66