

CÔNG THƯƠNG

TẠP CHÍ - CƠ QUAN THÔNG TIN LÝ LUẬN CỦA BỘ CÔNG THƯƠNG p-ISSN: 0866-7756

CÁC KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU KHOA HỌC VÀ ỨNG DỤNG CÔNG NGHỆ

SỐ 18/2025



Website: <http://tapchicongthuong.vn>



HỘI ĐỒNG BIÊN TẬP

GS.TS. Trần Thọ Đạt

GS.TS. Trần Văn Địch

GS.TS. Nguyễn Bách Khoa

GS.TSKH. Đỗ Ngọc Khuê

GS.TSKH. Bành Tiến Long

GS.TSKH. Nguyễn Xuân Quỳnh

GS.TS. Đinh Văn Sơn

GS.TSKH. Trần Văn Sung

GS.TS. Lê Văn Tán

GS. TS. Phạm Minh Tuấn

GS.TSKH. Đào Trí Úc

GS.TSKH. Đặng Ứng Vận

GS.TS. Võ Khánh Vinh

TỔNG BIÊN TẬP

ThS. Đặng Thị Ngọc Thu

ĐT: 0968939668

PHÓ TỔNG BIÊN TẬP

Ngô Thị Diệu Thúy

ĐT: 0903223096

Phạm Thị Lệ Nhung

ĐT: 0912093191

TÒA SOẠN

Tầng 8, số 655 Phạm Văn Đồng,
Bắc Từ Liêm, Hà Nội

ĐT: 0243.2088856 - 0936.131861

Email: tapchicongthuong.moit@gmail.com

VĂN PHÒNG

ĐẠI DIỆN PHÍA NAM

Số 12 Nguyễn Thị Minh Khai,
P. Đa Kao, Q. 1, TP. Hồ Chí Minh

ĐT: (028) 38213488

Fax: (028) 38213478

VĂN PHÒNG

ĐẠI DIỆN MIỀN TRUNG

Số 7 đường Cách mạng tháng Tám,
quận Hải Châu, thành phố Đà Nẵng

ĐT: 0983405777 - 0914062428

Giấy phép hoạt động báo chí số:
196/GP-BTTTT

Cấp ngày 05/06/2023

Trình bày: Tại Tòa soạn

In tại Công ty CP Đầu tư và
Hợp tác quốc tế

Giá 250.000 đồng

Website: www.tapchicongthuong.vn

MỤC LỤC

CONTENTS

ISSN: p-0866-7756 Số **18/2025**

KINH TẾ

ĐỖ THANH NGÂN - NGUYỄN NGỌC TÚ ANH - NGUYỄN THỊ HẢO - NGUYỄN DUY THANH

Cấu trúc thương mại xã hội và lòng tin của người tiêu dùng: vai trò điều tiết của hỗ trợ xã hội
The influence of social commerce structures on consumer trust: The moderating role of social support 8

NGUYỄN QUỐC TOÀN - DƯƠNG THỊ THANH HẬU - VŨ THỊ THU HIỀN

Cung - cầu lao động trực tuyến tại Việt Nam và các nước ASEAN
dưới góc nhìn dữ liệu Online Labour Index (OLI)
Digital labor supply and demand in Vietnam and ASEAN:
Insights from the Online Labor Index (OLI) 14

HUỖNH TẤN TÀI

Xây dựng nền kinh tế xanh hướng tới phát triển bền vững: Cơ hội và thách thức
Advancing a green economy for sustainable development: Opportunities and challenges 20

NGUYỄN THỊ VÂN ANH

Chuyển đổi số và tác động của chuyển đổi số đến hoạt động quản lý nguồn nhân lực
trong công ty điện lực trên địa bàn Hà Nội - Mô hình và thang đo
Digital transformation and its impact on human resource management in Hanoi's electricity enterprises:
Model and measurement scale.....27

TRẦN LÊ QUYÊN

Tác động của kinh tế số tại Việt Nam
Impact of digital economy in Vietnam 36

NGUYỄN BÍCH NGỌC

Nông nghiệp công nghệ cao: Bước đột phá cho kinh tế nông thôn Việt Nam
High-tech agriculture: A breakthrough for Vietnam's rural economy 42

ĐẶNG THỊ MINH NGỌC

Tác động của xu thế tái cấu trúc chuỗi cung ứng hydrogen toàn cầu
đến xây dựng chính sách tại Việt Nam
Implications of global hydrogen supply chain restructuring
for policy development in Vietnam 48

LÊ PHƯỚC LUÔNG

Cải thiện hiệu quả thực hiện hậu cần của các doanh nghiệp Việt Nam
thông qua hậu cần thông minh và hợp tác chuỗi cung ứng
Enhancing the logistics performance of vietnamese firms through smart logistics
and supply chain collaboration.....56

TRẦN THỊ NINH

Giải pháp phát triển mô hình kinh doanh tuần hoàn tại Việt Nam
Solutions for developing circular business models in Vietnam 62

VŨ THỊ ANH ĐÀO

Thể chế hóa kinh tế tuần hoàn ở cấp phường, xã:
Góc nhìn từ quản lý nhà nước trong phát triển kinh tế địa phương
Institutionalizing the circular economy at the grassroots:
A state management perspective on local economic development 71

NGUYỄN THỊ HỒNG KHÁNH - TRẦN VĂN HIỆP

Những thách thức trong việc phát triển chuỗi giá trị lê tại huyện Bắc Hà, tỉnh Lào Cai
Challenges in developing the VH6 pear value chain in Bac Ha district, Lao Cai province 76

NGUYỄN TRẦN PHƯƠNG

Kinh nghiệm hỗ trợ doanh nghiệp trong bối cảnh chuyển đổi số của một số quốc gia trên thế giới
và hàm ý chính sách cho Việt Nam
Supporting business digital transformation: Lessons from international experiences
and implications for Vietnam 82

QUẢN TRỊ - QUẢN LÝ

PHẠM THỊ BÁCH KHOA - ĐÌNH KIÊM

Đánh giá động lực làm việc của nhân viên trong tổ chức doanh nghiệp:
Nghiên cứu tại Trung tâm Kinh doanh VNPT Bình Thuận
Determinants of employee motivation: A case study of VNPT Binh Thuan Business Center 88

NGUYỄN HỮU CUNG - NGUYỄN PHƯƠNG THẢO - ĐẶNG NGỌC HÀ

Mối quan hệ giữa giá trị thương hiệu và kết quả hoạt động kinh doanh:
Nghiên cứu một số ngân hàng ở Việt Nam
Exploring the relationship between brand equity and business performance: A case study of Vietnamese banks 98

ĐAN THU VÂN

Ảnh hưởng của nhận diện thương hiệu và truyền thông marketing tích hợp đến trải nghiệm sinh viên
tại các trường đại học quốc tế tại Việt Nam
The influence of brand identity and integrated marketing communication on the student experience
at international universities in Vietnam 104

PHAN VAN THANH - NGUYEN CAM GIANG

The crucial role of communication and marketing in university admissions: A comprehensive review
Đánh giá toàn diện về vai trò của truyền thông marketing trong tuyển sinh đại học.....108

PHAN THÙY TÂM

Các yếu tố tác động đến việc ứng dụng công nghệ tự động hóa
quy trình kinh doanh trong lĩnh vực ngân hàng
Factors influencing the adoption of business process automation technology in Vietnamese commercial banks 116

NGUYỄN THỊ NGỌC ÁNH

Xây dựng mô hình nghiên cứu về tác động của Chatbot tuyển sinh HUTECH
đến hành vi tìm hiểu thông tin của học sinh THPT
Developing a research model on the impact of the HUTECH Admissions Chatbot
on high school students' information-seeking behavior 122

LÊ THU THỦY

Tổng quan nghiên cứu về chuyển đổi số và yếu tố tác động của nhân viên
trong quá trình chuyển đổi số tại các doanh nghiệp
Digital transformation and the impact of employee on digital transformation - A literature review 128

NGUYỄN VIỆT CƯỜNG

Tác động của các hoạt động thực hành về môi trường, xã hội và quản trị (ESG) đến năng suất lao động
tại phân xưởng gia công thuộc Công ty Cổ phần Bao bì An Phát
The impact of ESG practices on labor productivity in the Processing Unit
of An Phat Packaging Joint Stock Company 137

CHU THỊ QUẾ

Kịch bản phát triển ngành Than Việt Nam trong bối cảnh cam kết Net-zero đến năm 2050
Scenarios for the development of Vietnam's coal industry under the 2050 Net-zero commitment 143

TỔNG THỊ THANH THẢO - LÊ NGỌC ANH VŨ - NGUYỄN ÁNH DƯƠNG

Các nhân tố ảnh hưởng đến động lực tham gia nghiên cứu khoa học của giảng viên Đại học Huế
Factors influencing scientific research motivation among lecturers at Hue University 150

ĐẶNG HUỲNH ỨC MY - TRẦN ĐÌNH LÝ - NGUYỄN TẤN KHUYÊN - LÊ HOÀNH THỊ GIANG

Các yếu tố ảnh hưởng đến việc áp dụng kỹ thuật canh tác mía bền vững của nông dân tỉnh Tây Ninh, Việt Nam
Factors influencing the adoption of sustainable sugarcane farming practices in Tay Ninh province.....156

NHỮNG THÁCH THỨC TRONG VIỆC PHÁT TRIỂN CHUỖI GIÁ TRỊ LÊ TẠI HUYỆN BẮC HÀ, TỈNH LÀO CAI

● NGUYỄN THỊ HỒNG KHÁNH¹ - TRẦN VĂN HIỆP^{1,2}

¹Khoa Kinh tế - Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Mở - Địa chất

²Tổ chức Nghiên cứu Nông Lâm Quốc tế (ICRAF) tại Việt Nam

DOI: <https://doi.org/10.62831/202518055>

TÓM TẮT:

Lê VH6 hay lê Tai Nung là một trong những cây ăn quả ôn đới có giá trị kinh tế cao tại huyện Bắc Hà, tỉnh Lào Cai. Tuy nhiên, chuỗi giá trị của sản phẩm này đang đối mặt với nhiều thách thức, từ khâu sản xuất, phân phối đến tiêu thụ. Bài báo sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính kết hợp với thu thập dữ liệu sơ cấp và thứ cấp để phân tích thực trạng và chỉ ra các thách thức trong phát triển chuỗi giá trị lê Bắc Hà. Kết quả nghiên cứu cho thấy những bất cập trong chăm sóc, tiêu chuẩn hóa sản xuất, tổ chức phân phối và truyền thông thương hiệu. Từ đó, bài báo đề xuất các giải pháp nhằm phát triển chuỗi giá trị lê theo hướng bền vững.

Từ khóa: cây ăn quả ôn đới, chuỗi giá trị, lê VH6, huyện Bắc Hà, Lào Cai.

1. Đặt vấn đề

Bắc Hà là một huyện vùng cao phía Đông Bắc tỉnh Lào Cai, nơi có điều kiện tự nhiên đặc biệt phù hợp để phát triển các loại cây ăn quả ôn đới. Trong số đó, cây lê VH6 (lê Tai Nung) - có nguồn gốc từ Đài Loan (Trung Quốc) - được trồng phổ biến nhờ thích nghi tốt với khí hậu mát mẻ, độ cao trung bình từ 900-1.200 m so với mực nước biển, cùng điều kiện thổ nhưỡng phù hợp.

Theo báo cáo của Phòng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn (NN&PTNT) Bắc Hà, từ năm 2005 đến nay, diện tích trồng lê tại Bắc Hà đã mở rộng đáng kể, đạt xấp xỉ 300 ha, tập trung tại các xã Hoàng Thu Phố, Lầu Thí Ngài, Tả Van Chư và Na Hối. Sản lượng lê toàn huyện năm 2024 ước

đạt trên 200 tấn, song chủ yếu tiêu thụ tại chỗ hoặc thông qua hệ thống thương lái truyền thống. Sản phẩm vẫn chưa xây dựng được thương hiệu mạnh, chưa có chỉ dẫn địa lý hay mã vùng trồng được cấp mã quốc gia.

Theo FAO (2020), việc thiếu liên kết dọc trong chuỗi giá trị và hạn chế trong truy xuất nguồn gốc khiến nông sản vùng cao khó gia nhập chuỗi siêu thị hiện đại hay thị trường xuất khẩu. Thực tế tại Bắc Hà cũng phản ánh xu hướng đó: sản phẩm lê bị hạn chế về giá trị gia tăng do chất lượng không đồng đều, bảo quản sau thu hoạch kém và kênh phân phối manh mún.

Trong bối cảnh thị trường nông sản đang chịu áp lực cạnh tranh lớn cả trong và ngoài nước, việc

xây dựng các chuỗi giá trị hiệu quả cho nông sản đặc sản vùng cao không chỉ là xu hướng mà còn là yêu cầu bức thiết nhằm đảm bảo sinh kế cho người dân và tăng năng lực cạnh tranh cho sản phẩm địa phương.

Lê Bắc Hà có tiềm năng trở thành sản phẩm chủ lực nếu được phát triển đúng hướng. Tuy nhiên, những điểm nghẽn trong tổ chức sản xuất, sơ chế bảo quản, kết nối thị trường và truyền thông thương hiệu đang cản trở khả năng phát triển chuỗi lê Bắc Hà. Nghiên cứu các thách thức trong chuỗi giá trị lê tại Bắc Hà, từ đó đề xuất giải pháp chiến lược, là bước đi quan trọng để hướng tới phát triển bền vững chuỗi giá trị lê Bắc Hà.

2. Phương pháp nghiên cứu

Số liệu bài báo được thu thập từ 2 nguồn thứ cấp và sơ cấp. Nguồn số liệu thứ cấp được thu thập thông qua báo cáo từ Sở Nông nghiệp và Môi trường tỉnh Lào Cai, Hội Nông dân tỉnh Lào Cai, các tổ chức quốc tế, và các bài báo khoa học liên quan chủ đề nghiên cứu. Số liệu sơ cấp được tác giả thu thập thông qua phỏng vấn sâu 27 hộ nông dân trồng lê trên địa bàn, 5 thương lái trực tiếp thu

mua lê và 4 cán bộ phụ trách nông nghiệp tại tỉnh Lào Cai, huyện Bắc Hà và xã Hoàng Thu Phố. Việc phỏng vấn tập trung vào một số chủ đề như hoạt động trồng, chăm sóc thu mua, chi phí trong quá trình sản xuất - kinh doanh, các khó khăn trong tiếp cận thị trường và nhận thức về xây dựng thương hiệu sản phẩm.

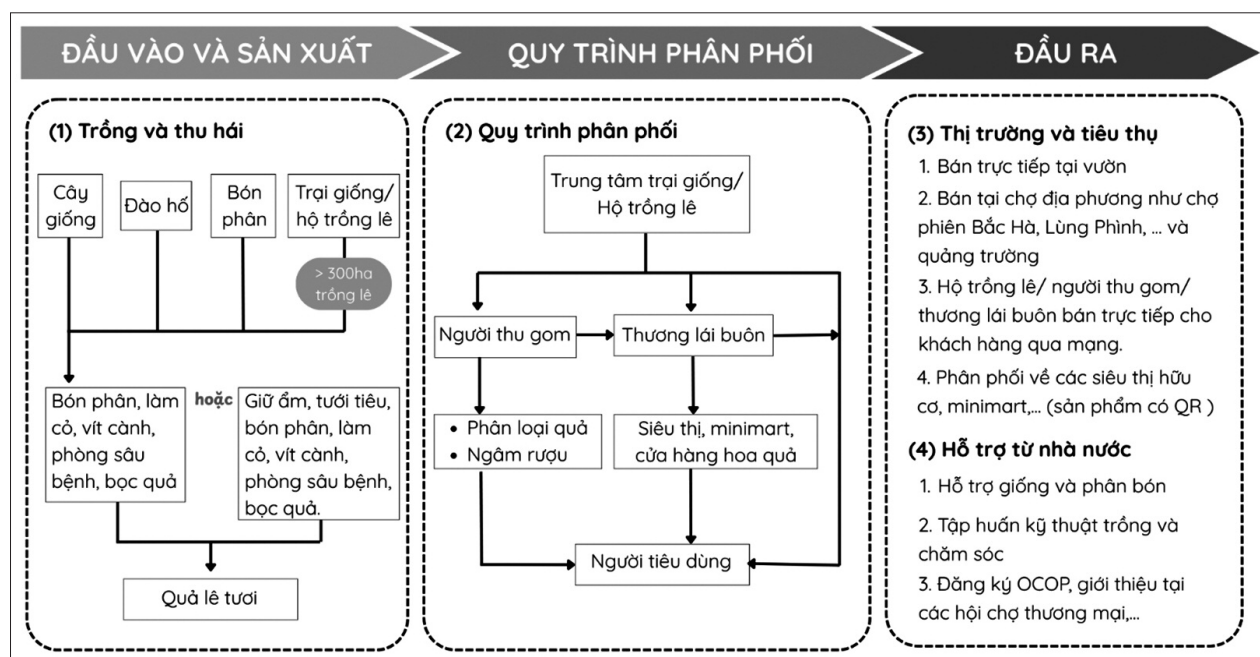
3. Kết quả nghiên cứu

3.1. Tổng quan về chuỗi giá trị lê tại Bắc Hà

Chuỗi giá trị lê Tai Nung tại huyện Bắc Hà được hình thành và vận hành thông qua sự tham gia của các tác nhân chính gồm: hộ nông dân trồng lê, hệ thống phân phối, các mối liên kết trong sản xuất - tiêu thụ, và sự hỗ trợ từ phía chính quyền địa phương cùng các tổ chức liên quan. Mỗi tác nhân đóng một vai trò khác nhau trong việc định hình dòng vận động của sản phẩm từ vườn cây đến tay người tiêu dùng. (Hình 1)

Hộ nông dân trồng lê là lực lượng sản xuất trực tiếp và khởi nguồn của chuỗi giá trị. Giống lê VH6, có nguồn gốc từ Đài Loan (Trung Quốc), được đưa vào trồng thử nghiệm tại Bắc Hà từ năm 2005. Giống cây này thích nghi tốt với khí hậu ôn

Hình 1: Sơ đồ mô tả chuỗi giá trị lê tại huyện Bắc Hà, tỉnh Lào Cai



Nguồn: Nhóm tác giả

đới vùng cao, độ cao trên 1.000m, và thổ nhưỡng tươi xốp. Cây lê cho quả bói sau khoảng 3-5 năm và thu hoạch ổn định từ năm thứ 5. Mùa vụ chính diễn ra trong khoảng tháng 6 - 7 hàng năm, sản lượng trung bình dao động từ 7-12 tấn/ha/năm tùy điều kiện chăm sóc (Phòng NN&PTNT huyện Bắc Hà, 2025).

Hoạt động sản xuất tập trung tại các xã vùng cao như Hoàng Thu Phố, Lầu Thí Ngải, Tả Van Chư, Na Hối. Lê được trồng chủ yếu trên đất dốc, dưới hình thức độc canh là phổ biến, một số hộ áp dụng trồng xen canh với mận hoặc cây được liệu. Trong số 27 hộ dân khảo sát tại xã Hoàng Thu Phố, diện tích trồng lê dao động từ 0,5 ha đến 2 ha/hộ, với trung bình khoảng 0,93 ha/hộ. Cách chăm sóc phổ biến là dựa vào kiến thức bản địa, thực hiện thủ công các công đoạn như bón phân, cắt tỉa, phòng trừ sâu bệnh. Việc tưới tiêu gần như không có hệ thống hiện đại; trong các hộ khảo sát, chỉ một hộ - anh Tráng Seo Khúa đầu tư hệ thống tưới tự động cho 2 ha đất trồng với sự hỗ trợ 180 triệu đồng từ Sở Nông nghiệp và Môi trường tỉnh Lào Cai.

Quả lê được thu hái thủ công, chủ yếu tiêu thụ ở dạng quả tươi. Do vỏ mỏng và dễ dập nên thời gian bảo quản ngắn, chưa có điều kiện đầu tư để bảo quản quả sau thu hoạch. Lê sau thu hoạch được phân loại sơ bộ tại vườn, thường bán xô hoặc phân loại đơn giản theo kích cỡ. Hộ dân chủ yếu bán cho thương lái đến tận vườn, một số hộ bán tại chợ phiên. Thu nhập từ cây lê đóng góp đáng kể cho sinh kế mùa vụ của hộ dân; với quy mô 1-2 ha, nhiều hộ có thể đạt thu nhập đến 150 triệu đồng/vụ.

Kênh phân phối và vai trò thương lái đóng vai trò kết nối giữa sản xuất và tiêu dùng. Thương lái thu mua lê tại vườn theo giá mùa vụ, sau đó thực hiện khâu phân loại lại và vận chuyển đến các điểm bán như chợ đầu mối, cửa hàng thực phẩm sạch hoặc qua các kênh thương mại trực tuyến. Một phần sản phẩm được bán tại chợ phiên Bắc Hà, đặc biệt vào dịp cuối tuần thu hút khách du

lich. Tiêu thương tại chợ huyện thường bán lẻ lẻ hoặc kết hợp bán cùng các nông sản khác như mận, đào. Khách hàng bao gồm cả người tiêu dùng tại địa phương, khách du lịch, và các đầu mối thu gom ở Lào Cai, Hà Nội, Yên Bái, Đà Nẵng, TP. Hồ Chí Minh. Việc vận chuyển chủ yếu bằng xe máy hoặc xe tải nhỏ, đóng gói đơn giản bằng thùng xốp hoặc sọt nhựa.

Mức độ liên kết giữa các tác nhân trong chuỗi giá trị lê còn ở mức hạn chế. Giao dịch giữa người trồng và thương lái diễn ra chủ yếu theo hình thức mua đứt - bán đoạn và không có hợp đồng cam kết thu mua, nên việc tiêu thụ lê phụ thuộc vào mối quan hệ cá nhân và tín nhiệm theo mùa vụ. Phần lớn các hộ sản xuất hoạt động độc lập, chưa có hợp tác xã chuyên canh lê hoạt động hiệu quả. Một số nhóm hộ có sự phối hợp không chính thức về vận chuyển hoặc chia sẻ kinh nghiệm, tuy nhiên chưa hình thành nhóm sản xuất trông lê.

Chính quyền địa phương và các tổ chức hỗ trợ đóng vai trò cung cấp đầu vào và hỗ trợ kỹ thuật trong quá trình sản xuất. Hội Nông dân tỉnh Lào Cai phối hợp với phòng NN&PTNT, và các xã phát cây giống cho bà con, tổ chức các lớp tập huấn kỹ thuật canh tác, hướng dẫn phòng trừ sâu bệnh, hỗ trợ phân bón cho giai đoạn trồng. Trung tâm giống cây trồng huyện là đơn vị cung ứng giống VH6, đồng thời thử nghiệm áp dụng truy xuất nguồn gốc QR code cho một số lô hàng. Một số sản phẩm được giới thiệu tại hội chợ nông sản địa phương hoặc các sự kiện du lịch. Tuy nhiên, các hoạt động hỗ trợ đầu ra như xây dựng thương hiệu, liên kết hợp tác xã - doanh nghiệp, hay tiêu chuẩn hóa chất lượng sản phẩm chưa được triển khai rộng rãi.

3.2. Những thách thức trong việc phát triển chuỗi giá trị lê

Quá trình vận hành chuỗi giá trị lê Tai Nung tại huyện Bắc Hà gặp một số thách thức không chỉ ảnh hưởng trực tiếp đến hiệu quả kinh tế của từng hộ sản xuất mà còn làm suy yếu tiềm năng phát triển bền vững của toàn chuỗi. Những khó khăn

này không tồn tại đơn lẻ mà đan xen, xuất phát từ đặc điểm canh tác, năng lực tổ chức chuỗi, mức độ thị trường hóa, cũng như những hạn chế trong quy hoạch và quản lý vùng nguyên liệu.

Ở khâu sản xuất, thách thức chính đến từ điều kiện tự nhiên khó khăn như diện tích trồng lê chủ yếu nằm trên đất dốc, manh mún và phân tán, khiến việc chăm sóc, thu hoạch và áp dụng tiến bộ kỹ thuật trở nên khó khăn. Sản xuất hiện vẫn dựa nhiều vào kinh nghiệm truyền thống, chưa có quy trình chuẩn hóa kỹ thuật trồng chăm sóc chung giữa các hộ. Hệ thống tưới tiêu hiện đại gần như không có, trừ một số trường hợp được hỗ trợ thí điểm. Bên cạnh đó, khâu thu hoạch, phân loại và bảo quản sau thu hoạch chưa được đầu tư đúng mức. Quả lê có đặc điểm dễ dập, nhưng quá trình thu hái vẫn chủ yếu thủ công và vận chuyển xa từ nương tới các điểm thu mua trong khi không có bao bì tiêu chuẩn hoặc kỹ thuật bảo quản phù hợp. Việc bán quả diễn ra theo hình thức bán xô tại vườn, không phân loại rõ ràng, khiến giá trị thương phẩm thấp, nông dân mất quyền định giá sản phẩm. Chất lượng không đồng đều giữa các hộ và các mùa vụ cũng ảnh hưởng tiêu cực đến khả năng xây dựng thương hiệu. Về phía hộ nông dân, các thách thức này làm tăng chi phí sản xuất, giảm hiệu quả kinh doanh và khiến thu nhập từ lê không ổn định, qua đó tác động tới sinh kế, nhất là với những hộ sống chủ yếu dựa vào cây trồng này.

Thiếu vắng sự liên kết chặt chẽ giữa các tác nhân trong chuỗi là một trở ngại mang tính cơ cấu. Các hộ sản xuất hoạt động riêng lẻ, không có hợp tác xã chuyên canh đóng vai trò đầu mối kỹ thuật và kết nối thị trường. Việc sản xuất phân tán không những khiến quy trình canh tác thiếu đồng bộ, mà còn làm giảm khả năng kiểm soát chất lượng và khó hình thành quy mô sản xuất kinh tế. Ở chiều dọc, mối quan hệ giữa người trồng và thương lái diễn ra theo hình thức mua đứt - bán đoạn, thiếu hợp đồng ràng buộc và không có cơ chế chia sẻ lợi nhuận, rủi ro. Trong bối cảnh thiếu sự phối hợp, các cơ hội xây dựng chuỗi giá trị có

giá trị gia tăng cao, tiêu chuẩn hóa hoặc hướng tới xuất khẩu gần như không thể triển khai hiệu quả. Tình trạng này cũng cản trở việc hình thành các mô hình sản xuất hữu cơ, truy xuất nguồn gốc, hay phát triển OCOP, làm giảm tính cạnh tranh của sản phẩm trên thị trường nông sản đang ngày càng yêu cầu cao hơn về minh bạch và chất lượng.

Khâu tiêu thụ và truyền thông sản phẩm vẫn còn nhiều điểm yếu. Sản phẩm lê Bắc Hà chủ yếu được bán qua thương lái địa phương và tiêu thụ tại các chợ truyền thống hoặc theo mùa du lịch, trong khi chưa xây dựng được hệ thống phân phối ổn định. Chiến lược marketing còn thiếu đồng bộ, hoạt động truyền thông thương hiệu gần như chưa được triển khai. Việc áp dụng mã QR hoặc tem truy xuất nguồn gốc mới chỉ thực hiện ở quy mô thử nghiệm, chưa phổ cập trong toàn chuỗi. Người tiêu dùng ở các thị trường lớn hầu như không có thông tin chính thống về sản phẩm này, trong khi các kênh bán hàng trực tuyến và sàn thương mại điện tử vẫn chưa được tiếp cận hoặc vận hành hiệu quả. Thiếu sự chủ động về đầu ra khiến người trồng phụ thuộc vào thương lái, giá cả biến động mạnh, dẫn đến tâm lý sản xuất cầm chừng, thiếu động lực cải tiến kỹ thuật. Tình trạng này không chỉ làm suy giảm hiệu quả kinh tế mà còn kìm hãm quá trình nâng tầm sản phẩm, mở rộng thị phần và thúc đẩy tiêu dùng bền vững.

Một trong những thách thức mang tính nền tảng nhưng lại ít được chú ý đúng mức là vấn đề quy hoạch và quản lý vùng nguyên liệu. Việc mở rộng diện tích trồng lê trong những năm gần đây chủ yếu diễn ra theo hướng tự phát, thiếu định hướng và không có dữ liệu giám sát đầy đủ. Khi giá nông sản tăng hoặc có dự án hỗ trợ, người dân mở rộng diện tích ào ạt, trong khi không có kế hoạch phân vùng sản xuất, kiểm soát giống hoặc giám sát tác động môi trường. Hệ quả là năng suất và chất lượng không đồng đều, cung - cầu mất cân đối, dẫn đến nguy cơ “được mùa - mất giá” tương tự nhiều loại nông sản khác tại Việt Nam. Việc không quy hoạch vùng trồng chuyên canh cũng

khiến chính quyền gặp khó khăn trong việc hỗ trợ kỹ thuật, kết nối đầu ra hay kiểm soát dịch bệnh trên cây trồng. Về lâu dài, nếu không được kiểm soát, tình trạng này không chỉ gây thiệt hại về kinh tế, mà còn đe dọa cân bằng sinh thái và tính bền vững của hệ thống canh tác địa phương.

4. Một số giải pháp phát triển chuỗi giá trị lê Bắc Hà

Trước những thách thức trên, việc xây dựng giải pháp theo từng khâu trong chuỗi là cần thiết nhằm nâng cao hiệu quả kinh tế, cải thiện sinh kế và thúc đẩy phát triển bền vững.

Trong khâu sản xuất, cần xây dựng các mô hình trồng lê phù hợp như mô hình nông lâm kết hợp trồng lê với lạc hoặc đỗ để tái tạo đất. Do lê trồng trên đất dốc, nên cần tạo các băng cỏ để chống sới mòn và giữ ẩm cho đất. Các hộ dân cần được tập huấn kỹ thuật trồng, chăm sóc, thu hái lê. Cơ sở hạ tầng sản xuất, đặc biệt là hệ thống tưới và bao bì bảo quản, cần được đầu tư theo hướng tiết kiệm và thân thiện môi trường. Việc hỗ trợ tín dụng nhỏ để khuyến khích các hộ dân áp dụng mô hình trồng VietGAP hoặc hữu cơ để chuẩn hóa chất lượng sản phẩm và tăng sức cạnh tranh trong tiêu thụ cho lê Bắc Hà.

Tăng cường liên kết giữa các tác nhân là giải

pháp nền tảng để giảm phân mảnh chuỗi. Việc thúc đẩy hình thành hợp tác xã hoặc tổ hợp tác chuyên canh giúp tổ chức lại sản xuất, đồng thời tạo điều kiện tiếp cận thị trường và dịch vụ kỹ thuật. Mô hình liên kết giữa nông dân - doanh nghiệp - chính quyền cần được triển khai thí điểm, đi kèm với hợp đồng cam kết chất lượng, chia sẻ lợi ích và trách nhiệm rõ ràng.

Ở khâu tiêu thụ, cần phát triển chiến lược truyền thông thương hiệu lê Bắc Hà gắn với đặc trưng địa phương. Việc thiết kế nhận diện sản phẩm, áp dụng mã QR truy xuất nguồn gốc, mở rộng kênh bán lẻ - đặc biệt là thương mại điện tử - sẽ giúp sản phẩm tiếp cận đa dạng đối tượng tiêu dùng. Tập huấn kỹ năng marketing cho nông dân trẻ và cán bộ hợp tác xã cũng là yếu tố quan trọng để tăng tính chủ động và sức cạnh tranh.

Việc quy hoạch vùng nguyên liệu cần được thực hiện bài bản, với bản đồ vùng trồng, phân vùng sinh thái phù hợp và hướng dẫn mở rộng có kiểm soát. Song song, cần thiết lập cơ chế theo dõi cung - cầu thị trường và tích hợp phát triển nông nghiệp với du lịch cộng đồng. Đây sẽ là nền tảng quan trọng để xây dựng vùng nguyên liệu chất lượng, ổn định đầu ra và thu hút đầu tư trong dài hạn ■

Lời cảm ơn:

Nhóm tác giả xin trân trọng cảm ơn Dự án “Phục hồi đất bị suy thoái và xây dựng tính bền bỉ với khí hậu ở vùng núi phía Bắc Việt Nam thông qua Nông Lâm kết hợp bền vững nhằm nâng cao sinh kế và cải thiện chuỗi giá trị” gọi tắt là dự án REDAA tại Việt Nam do Tổ chức Nghiên cứu Nông Lâm Quốc tế (ICRAF) tại Việt Nam phối hợp với Hội Nông dân tỉnh Lào Cai triển khai tại huyện Bắc Hà, tỉnh Lào Cai đã hỗ trợ thu thập số liệu phục vụ cho bài báo này.

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

- Đinh Viết Vinh (2024). Bắc Hà đẩy mạnh phát triển cây ăn quả ôn đới. Báo Lào Cai. Truy cập tại <https://baolaocai.vn/bac-ha-day-manh-phat-trien-cay-an-qua-on-doi-post394803.html>
- Đinh Viết Vinh (2024). Hoàng Thu Phố (Bắc Hà): Mỗi ha lê cho thu hoạch quả, người dân thu trên 150 triệu đồng. Báo Lào Cai. Truy cập tại <https://baolaocai.vn/hoang-thu-pho-bac-ha-moi-ha-le-cho-thu-hoach-qua-nguoi-dan-thu-tren-150-trieu-dong-post386977.html>

Phòng NN&PTNT huyện Bắc Hà. (2024). Báo cáo tổng hợp sản xuất nông nghiệp năm 2023-2024. Lào Cai: UBND huyện Bắc Hà.

FAO. (2020). Developing sustainable value chains for agricultural products. Rome: Food and Agriculture Organization of the United Nations.

Kaplinsky, R., & Morris, M. (2001). A Handbook for Value Chain Research. IDRC.

Ngày nhận bài: 7/5/2025

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 22/5/2025

Ngày chấp nhận đăng bài: 8/6/2025

CHALLENGES IN DEVELOPING THE VH6 PEAR VALUE CHAIN IN BAC HA DISTRICT, LAO CAI PROVINCE

● **NGUYEN THI HONG KHANH¹**

● **TRAN VAN HIEP¹²**

¹Faculty of Economics and Business Administration,
Hanoi University of Mining and Geology

²World Agroforestry (ICRAF) in Viet Nam

ABSTRACT:

The VH6 pear, also known as the Tai Nung pear, is a temperate fruit crop with high economic potential in Bac Ha district, Lao Cai province, Vietnam. Despite its value, the product's value chain, from production to distribution and consumption, faces significant challenges. This study employs qualitative research methods, combining primary and secondary data sources, to examine the current status and key obstacles in the development of the Bac Ha pear value chain. The findings reveal notable limitations in cultivation practices, production standardization, distribution systems, and brand communication. Based on these insights, the study proposes strategic solutions aimed at promoting a more sustainable and efficient value chain for the VH6 pear, thereby enhancing its market potential and socio-economic impact in the region.

Keywords: temperate fruits, value chain, VH6 pear, Bac Ha district, Lao Cai province.