

Trang chủ/Diễn đàn khoa học/Nghiên cứu - Trao đổi

Nâng cao sinh kế cho người dân tộc thiểu số tại xã Phình Hồ, tỉnh Lào Cai thông qua phát triển chuỗi giá trị khoai sọ nướng(*)

15:58 | 28/07/2025

EFR Sản phẩm khoai sọ Phình Hồ (tỉnh Lào Cai) được đánh giá cao nhờ hương vị đặc trưng và giá trị dinh dưỡng, thể hiện tiềm năng kinh tế đáng kể.

Trần Văn Hiệp

Khoa Kinh tế - Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Mỏ - Địa Chất

Tổ chức nghiên cứu Nông lâm quốc tế (ICRAF) tại Việt Nam

Tóm tắt

Nghiên cứu này phân tích chuỗi giá trị khoai sọ nướng tại xã Bản Mù, huyện Trạm Tấu, tỉnh Yên Bái (nay là xã Phình Hồ, tỉnh Lào Cai). Kết quả cho thấy, chuỗi giá trị khoai sọ nướng đặc trưng bởi sản xuất quy mô nhỏ, thiếu kiến thức kỹ thuật và chi phí cao dẫn đến hộ dân không có lãi. Các liên kết trong chuỗi còn yếu, thiếu hợp đồng chính thức, khiến nông dân bị thương lái ép giá. Các hoạt động gia tăng giá trị như chế biến và xây dựng thương hiệu chưa được đầu tư. Qua đó, nghiên cứu đưa ra một số khuyến nghị nhằm nâng cao hiệu quả và tính bền vững của chuỗi giá trị.

Từ khóa: Dân tộc thiểu số, chuỗi giá trị khoai sọ, xã Phình Hồ

Summary

The study analyzes the taro value chain in Ban Mu Commune, Tram Tau District, Yen Bai province (now known as Phinh Ho Commune, Lao Cai province). The results reveal that the taro value chain is characterized by small-scale production, lack of technical knowledge, and high costs, which lead to unprofitable households. Linkages within the chain remain limited, with a lack of formal contracts, resulting in farmers being pressured by traders to accept low prices. Value-adding activities, including processing and brand building, have not received adequate investment. Accordingly, the study proposes several recommendations aimed at improving the efficiency and sustainability of the value chain.

Keywords: Ethnic minorities, taro value chain, Phinh Ho Commune

GIỚI THIỆU

Xã Phình Hồ, tỉnh Lào Cai (trước ngày 1/7/2025 là xã Bản Mù, huyện Trạm Tấu, tỉnh Yên Bái) có địa hình hiểm trở và tỷ lệ hộ nghèo cao. Bối cảnh kinh tế - xã hội này đòi hỏi sự cấp thiết của các giải pháp sinh kế bền vững. Trong cơ cấu nông nghiệp, khoai sọ nổi lên như một cây trồng chủ lực với diện tích canh tác khoảng 600 héc-ta vào năm 2023 (Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn tỉnh Yên Bái, 2022; UBND huyện Trạm Tấu, 2021). Sản phẩm khoai sọ Phình Hồ được đánh giá cao nhờ hương vị đặc trưng và giá trị dinh dưỡng, thể hiện tiềm năng kinh tế đáng kể. Tuy nhiên, tiềm năng này chưa được khai thác hiệu quả do chuỗi giá trị còn tồn tại nhiều hạn chế mang tính hệ thống. Sản phẩm chủ yếu được tiêu thụ ở dạng thô, thiếu các hoạt động chế biến sâu,

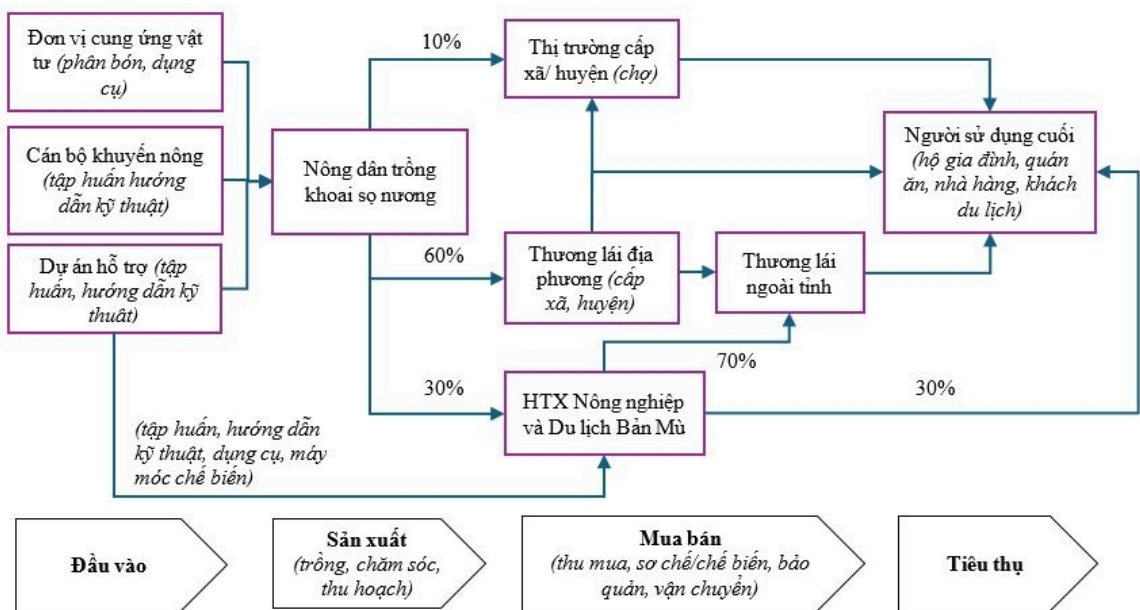
đóng gói và xây dựng thương hiệu. Tình trạng này làm giảm năng lực cạnh tranh và hạn chế cơ hội tăng thu nhập của nông dân địa phương. Do đó, việc nâng cao năng lực chế biến và cải thiện các liên kết thị trường là yêu cầu tiên quyết để phát triển bền vững chuỗi giá trị này.

PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Nghiên cứu được tiến hành tại xã Bản Mù, huyện Trạm Tấu, tỉnh Yên Bái từ ngày 23-29/7/2023. Phương pháp nghiên cứu hỗn hợp đã được áp dụng, kết hợp phỏng vấn sâu, thảo luận nhóm và quan sát trực tiếp để thu thập dữ liệu đa chiều. Mẫu nghiên cứu được lựa chọn theo phương pháp có chủ đích với sự tham vấn của Trung tâm Dịch vụ Nông nghiệp. Tổng cộng 32 đối tượng, bao gồm 16 nông dân, 6 thương lái, 8 khách hàng và 2 cán bộ nông nghiệp, đã tham gia phỏng vấn sâu. Nội dung phỏng vấn tập trung vào các khía cạnh kinh tế - kỹ thuật của chuỗi giá trị như chi phí sản xuất, doanh thu, phương thức canh tác và các hoạt động tiếp thị. Ngoài ra, 2 cuộc thảo luận nhóm với các bên liên quan đã được tổ chức để làm rõ hơn các vấn đề về liên kết thị trường, chính sách hỗ trợ và sự phối hợp giữa các tác nhân. Phương pháp quan sát trực tiếp được sử dụng để đối chiếu và đảm bảo tính hợp lệ của dữ liệu thu thập.

KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

Hình: Sơ đồ chuỗi giá trị khoai sọ tại xã



Nguồn: Tác giả tổng hợp

Dữ liệu Hình cho thấy, chuỗi giá trị khoai sọ tại địa phương được thực hiện như sau: Nông dân mua các vật tư đầu vào thiết yếu như phân bón và nông cụ từ các nhà cung ứng trong xã. Bên cạnh đó, cơ quan nông nghiệp địa phương và một số tổ chức phi chính phủ như ICRAF cung cấp cho các hộ dân những khoá tập huấn kỹ thuật về trồng, chăm sóc và thu hoạch khoa sọ. Sau khi thu hoạch, khoai sọ được phân phối qua các kênh phân phối khác nhau. Khoảng 10% được nông dân bán trực tiếp tại các chợ xã hoặc chợ trung tâm. Lượng khoai này thường đến tay người tiêu dùng cuối cùng như các hộ gia đình, nhà hàng và khách du lịch. Một tỷ trọng lớn hơn, khoảng 60%, được bán cho các thương lái trung gian tại địa phương. Các thương lái này hoặc bán khoai sọ trực tiếp cho người tiêu dùng hoặc chuyển cho các thương lái cấp tỉnh, những người giúp phân phối sản phẩm rộng rãi hơn đến nhiều đối tượng tiêu dùng cuối cùng. 30% sản lượng khoai sọ còn lại được Hợp tác xã nông nghiệp Bản Mù thu mua. Từ đây, khoảng 70% khoai sọ được bán cho các thương lái cấp tỉnh để phân phối rộng hơn, trong khi 30% còn lại có khả năng được bán trực tiếp cho người tiêu dùng cuối cùng hoặc thông qua các chợ địa phương. Nhìn chung, chuỗi giá trị cho thấy sự kết hợp của các dịch vụ hỗ trợ, hoạt động canh tác, các liên kết thương mại và các kênh thị trường phối hợp với nhau để đưa sản phẩm khoai sọ từ đồng ruộng đến bàn ăn.

Kết quả kinh doanh của các hộ dân trồng khoai sọ

Bảng 1: Kết quả kinh doanh của các hộ dân trồng khoai sọ

Đơn vị: Đồng/kg khoai sọ

	Hạng mục	Quy mô lớn (> 2.000 m ²)	Quy mô nhỏ (≤ 2.000 m ²)
1	Giống	3.177	2.241
2	Phân bón	2.137	1.879
3	Thuốc trừ sâu	17	38
4	Chi phí lao động gia đình	8.380	9.180
5	Chi phí lao động thuê ngoài	1.649	0
6	Nhiên liệu	279	372
7	Chi phí khác (cuốc, bao, gùi)	43	52
8	Tổng chi phí	15.681	13.762
9	Doanh thu	10.652	12.652
10	Lợi nhuận ròng (lỗ)	(5.030)	(1.110)

Nguồn: Tính toán của tác giả

Hầu hết các hộ gia đình có từ 3 đến 6 năm kinh nghiệm canh tác khoai sọ, chủ yếu dựa trên kiến thức thực nghiệm được lưu truyền qua nhiều thế hệ thay vì qua các khóa đào tạo chính quy. Động lực canh tác chính của họ là sự phù hợp của đất đai và quy trình kỹ thuật được cho là đơn giản. Phân tích chi phí - lợi ích cho thấy sự khác biệt rõ rệt về cơ cấu kinh tế theo quy mô. Số liệu (Bảng 1) cho thấy, lao động gia đình là chi phí chiếm tỷ trọng cao nhất ở mọi quy mô, tuy nhiên chi phí này trên mỗi kilogam sản phẩm ở các hộ quy mô nhỏ (≤ 2.000 m²) cao hơn (9.180 đồng) so với các hộ quy mô lớn (> 2.000 m²) (8.380 đồng). Ngược lại, các hộ quy mô lớn chi trả cho lao động thuê ngoài (1.649 đồng/kg) do thiếu lao động trong khi chi phí này không phát sinh ở các hộ quy mô nhỏ.

Tính khả thi về mặt kinh tế của việc trồng khoai sọ bị ảnh hưởng bởi các chi phí ẩn như lao động gia đình và giống (các hộ để lại từ vụ trước làm giống) thường không được nông dân hạch toán tài chính. Khi các chi phí này được tính vào phân tích, tổng chi phí sản xuất thực tế đã vượt quá doanh thu, dẫn đến lợi nhuận ròng âm cho cả 2 quy mô. Một trong những thách thức chính mà nông dân trồng khoai sọ phải đối mặt khi bán sản phẩm là thiếu thông tin thị trường và phụ thuộc vào thương lái, điều này hạn chế khả năng đàm phán giá. Do đó, họ thường bị buộc phải chấp nhận các mức giá bán thấp.

Kết quả kinh doanh của thương lái thu mua khoai sọ

Bảng 2: Kết quả kinh doanh khoai sọ của các thương lái

TT	Hạng mục	Đồng/kg
1	Giá bán khoai sọ	19.917
2	Giá thu mua khoai sọ	11.717
3	Chi phí vận chuyển khoai sọ đến khách hàng trong Tỉnh	1.000

4	Lãi vay	0
5	Chi phí đóng gói	222,2
6	Khấu hao	0
7	Chi phí hao hụt (tỷ lệ hao hụt là 5% trên khối lượng thu mua)	745,8
8	Chi phí nhân công (bốc xếp)	296,9
9	Thuế và các loại phí tại địa phương	0
10	Tổng chi phí (2+3+4+5+6+7+8+9)	13.981
11	Lợi nhuận ròng (1-10)	5.935

Nguồn: Tính toán của tác giả

Khâu trung gian trong chuỗi giá trị khoai sọ tại xã chủ yếu do một nhóm nhỏ từ 6 đến 7 thương lái địa phương đảm nhiệm. Hoạt động kinh doanh của họ đặc trưng bởi quy mô nhỏ, thiếu vốn và phụ thuộc lớn vào lao động gia đình. Các giao dịch với nông dân phần lớn dựa trên thỏa thuận miệng thay vì hợp đồng văn bản, đặt nông dân vào vị thế rủi ro do biến động giá và khả năng bị ép giá. Về kênh phân phối, khoảng 80% sản lượng được vận chuyển đến các chợ đầu mối trong Tỉnh, phần còn lại được tiêu thụ tại thị trường địa phương. Tuy nhiên, các thương lái chưa khai thác các nền tảng thương mại điện tử hay mạng xã hội, khiến hoạt động phân phối phụ thuộc hoàn toàn vào các mạng lưới truyền thống và hạn chế khả năng tiếp cận các thị trường ngoài Tỉnh. Việc thiếu kỹ năng tiếp thị và bán hàng cũng là một rào cản lớn đối với việc mở rộng thị trường. Một điểm nghẽn quan trọng là sự thiếu các hoạt động gia tăng giá trị. Thương lái không đầu tư vào chế biến, đóng gói hay xây dựng thương hiệu, khiến sản phẩm khó có thể khác biệt hóa trên thị trường. Về mặt tài chính, mặc dù giá thu mua biến động mạnh theo mùa vụ (từ 8.000 đến 18.000 đồng/kg); phân tích năm 2023 cho thấy, với giá mua trung bình 11.717 đồng/kg và giá bán 19.917 đồng/kg, sau khi trừ các chi phí vận chuyển, nhân công và hao hụt do khoai bị thối (khoảng 5%), thương lái vẫn đạt được lợi nhuận ròng khoảng 5.935 đồng/kg (Bảng 2). Tuy nhiên, mô hình kinh doanh này vận hành không chính thức, không có giấy phép đăng ký kinh doanh, chủ yếu nhằm mục đích tránh các nghĩa vụ thuế.

Đánh giá khách hàng về khoai sọ

Cuộc khảo sát được thực hiện với các khách hàng có độ tuổi và ngành nghề đa dạng, bao gồm: chủ nhà hàng, hộ kinh doanh nông sản, công chức, viên chức và công nhân. Tất cả những người được hỏi đều là người dân tộc Kinh và có trình độ học vấn từ trung học cơ sở đến đại học. Họ chủ yếu mua khoai sọ trực tiếp từ nông dân địa phương hoặc tại các chợ địa phương và chưa tiếp cận mua từ các nền tảng thương mại điện tử, điều này do khoai sọ Phình Hồ chưa được quảng bá phổ biến trên các nền tảng thương mại điện tử hoặc mạng xã hội. Khách hàng đánh giá rất cao sản phẩm, đặc biệt về độ bở, hương vị và độ ngọt - nhiều người đã cho điểm tuyệt đối hoặc gần tuyệt đối so với các loại khoai sọ khác có trên thị trường. Tuy nhiên, một số thách thức đã được ghi nhận, chẳng hạn như kích thước củ nhỏ, khó gọt vỏ, dễ bị hỏng nếu không được bảo quản tốt và gây ngứa da trong quá trình sơ chế. Khách hàng đề xuất cần phân loại củ để bán theo các nhu cầu khác nhau của khách hàng. Họ cũng bày tỏ mong muốn có bao bì tốt hơn và quảng bá rộng rãi hơn để tăng cường nhận diện sản phẩm. Mặc dù hầu hết không quan tâm đến việc mua hàng trực tuyến, tất cả đều khẳng định họ sẽ tiếp tục sử dụng và giới thiệu khoai sọ Phình Hồ nhờ chất lượng vượt trội và niềm tin mà họ dành cho sản phẩm.

KẾT LUẬN VÀ KHUYẾN NGHỊ

Phân tích chuỗi giá trị khoai sọ tại địa bàn nghiên cứu cho thấy, các tác nhân, đặc biệt là nông dân, đang đối mặt với nhiều thách thức đáng kể. Các kết quả chỉ ra rằng, nông dân thiếu hụt kiến thức về chọn lọc giống, kỹ thuật canh tác. Điều này ảnh hưởng trực tiếp đến cả chất lượng và năng suất khoai sọ. Hơn nữa, nông dân gặp rất nhiều khó khăn trong khâu tiêu thụ sản phẩm, thường xuyên bị thương lái ép giá và phải chấp nhận mức

giá không ổn định. Các hoạt động tiếp thị và quảng bá sản phẩm chưa được đầu tư một cách thỏa đáng, khiến việc mở rộng sang các thị trường mới trở nên khó khăn. Những vấn đề này là rào cản chính đối với việc nâng cao hiệu quả kinh doanh và cải thiện sinh kế cho các hộ nông dân.

Dựa trên những vấn đề đã được xác định, một số biện pháp can thiệp đồng bộ được đề xuất nhằm cải thiện hiệu quả kinh doanh cho các tác nhân trong chuỗi giá trị, gồm:

Thứ nhất, để giải quyết vấn đề thiếu hụt kiến thức kỹ thuật, cần tổ chức các lớp học thực địa cho các hộ dân trồng khoai sọ. Các lớp học này sẽ tập trung vào kiến thức bản địa về chọn lọc, bảo quản giống, kỹ thuật canh tác và thu hoạch, với sự tham gia chia sẻ kinh nghiệm của các nông dân giỏi và cán bộ khuyến nông.

Thứ hai, nhằm nâng cao năng lực quản trị, cần triển khai các khóa tập huấn về quản lý tài chính và hạch toán chi phí. Khóa học sẽ giúp nông dân xác định và phân bổ chi phí sản xuất, từ đó tính toán chính xác doanh thu và lợi nhuận.

Thứ ba, để cải thiện kỹ năng kinh doanh và tiếp cận thị trường, cần tổ chức các khóa tập huấn về thương mại điện tử để giúp nông dân sử dụng hiệu quả mạng xã hội để quảng bá sản phẩm. Cùng với đó, việc nâng cao năng lực quản lý cho một hợp tác xã là giải pháp then chốt. Hợp tác xã sẽ đóng vai trò thu mua sản phẩm, kết nối với các thương lái và thực hiện các nghiên cứu thị trường, tạo ra một nền tảng vững chắc để phát triển chuỗi giá trị một cách bền vững.

Lời cảm ơn: Số liệu của bài báo được thu thập từ dự án “*Nông nghiệp sinh thái tạo cảnh quan bền vững cho người nghèo vùng núi phía Bắc*” (dự án A4P) do do Bộ Hợp tác và Phát triển Kinh tế Liên bang Đức (BMZ) tài trợ thông qua tổ chức Bánh mì cho thế giới (Brot für die Welt) tài trợ và được ICRAF Việt Nam cùng CISDOMA triển khai tại huyện Trạm Tấu, tỉnh Yên Bái (nay là xã Phình Hồ, tỉnh Lào Cai) và xã Tú Sơn và xã Hợp Tiến, huyện Kim Bôi, tỉnh Hoà Bình (nay là xã Mường Động, tỉnh Phú Thọ).

(*)Nghiên cứu được thực hiện trước thời điểm sắp xếp đơn vị hành chính cấp tỉnh theo Nghị quyết số 202/2025/QH15.

Tài liệu tham khảo:

1. Escribano, M., Gaspar, P., Mesias, F.J. (2020). Creating market opportunities in rural areas through the development of a brand that conveys sustainable and environmental values. *J. Rural Stud*, 75, 206-215.
2. Gessesse, G., Demrew, Z., Olana, T. (2019). Value chain analysis of pineapple (ananas comosus) production and marketing from traditional agroforestry system, Southern Ethiopia. *Res. Food Sci. Qual. Manag*, 84, 2225-0557.
3. Nabi, M.N.U., Liza, A.A., Islam, M.N., Akther, F. (2023). A value chain analysis of agroforestry products in the south-western region of Bangladesh. *Khulna Univ. Stud*. <https://doi.org/10.53808/KUS.2023.20.01.22929-mb>
4. Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn tỉnh Yên Bái (2022). *Tổng kế ngành nông nghiệp năm 2022, phương hướng nhiệm vụ năm 2023*.
5. UBND huyện Trạm Tấu (2021). *Báo cáo công tác chỉ đạo, điều hành và kết quả thực hiện nhiệm vụ phát triển kinh tế xã hội năm 2021, phương hướng, nhiệm vụ năm 2022*.

Ngày nhận bài: 12/7/2025; Ngày hoàn thiện biên tập: 22/7/2025; Ngày duyệt đăng: 26/8/2025

URL: <https://kinhtevadubao.vn/nang-cao-sinh-ke-cho-nguoi-dan-toc-thieu-so-tai-xa-phinh-ho-tinh-lao-cai-thong-qua-phat-trien-chuoi-gia-tri-khoai-so-nuong-31951.html>

Tạp chí Kinh tế và Dự báo - Ấn phẩm của Tạp chí Kinh tế - Tài chính - Cơ quan của Bộ Tài chính