

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

Phát triển chuỗi giá trị bưởi tại xã Đồng Lê, tỉnh Quảng Trị: Góc nhìn từ sản xuất đến tiêu thụ và hiệu quả kinh tế

17:18 | 23/07/2025

EFR Phân tích chuỗi giá trị hướng đến việc tìm hiểu vai trò của các tác nhân trong chuỗi, sự phối hợp giữa các tác nhân, các hoạt động tiếp thị, chia sẻ lợi ích và lập bản đồ chuỗi giá trị.

Trần Văn Hiệp

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

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

Tóm tắt

Nghiên cứu được thực hiện nhằm đánh giá thực trạng, xác định những khó khăn và đề xuất giải pháp phát triển bền vững chuỗi giá trị bưởi tại xã Sơn Hóa, huyện Tuyên Hóa, tỉnh Quảng Bình (nay là xã Đồng Lê, tỉnh Quảng Trị). Kết quả cho thấy, các hộ dân còn gặp nhiều khó khăn về kỹ thuật trồng và chăm sóc bưởi, chưa được tập huấn đầy đủ. Cả hộ dân và thương lái đều thiếu kỹ năng kinh doanh, quảng bá sản phẩm còn yếu. Mối liên kết giữa các tác nhân trong chuỗi giá trị còn lỏng lẻo, thiếu sự phối hợp, làm giảm hiệu quả sản xuất, tiêu thụ và khả năng nâng cao giá trị sản phẩm.

Từ khóa: Chuỗi giá trị bưởi, kỹ thuật canh tác, hiệu quả kinh tế, tỉnh Quảng Trị

Summary

The study was conducted to assess the current status, identify challenges, and propose solutions for the sustainable development of the pomelo value chain in Son Hoa commune, Tuyen Hoa district, Quang Binh province (currently Dong Le commune, Quang Tri province). The findings indicate that local households face numerous difficulties in pomelo cultivation and care techniques due to insufficient training. Both farmers and traders lack business skills, and product promotion remains limitations. The linkages between actors in the value chain are still insufficient and lack coordination, reducing the efficiency of production and marketing, as well as the ability to increase product value.

Keywords: pomelo value chain, cultivation techniques, economic efficiency, Quang Tri province

GIỚI THIỆU

Xã Đồng Lê, tỉnh Quảng Trị có hơn 70% diện tích là đất lâm nghiệp, trong khi đất nông nghiệp chỉ chiếm khoảng 4,5%. Năm 2022, Đồng Lê có 145 ha trồng bưởi, trong đó 116 ha đã cho thu hoạch. Bưởi Phúc Trạch đóng vai trò quan trọng trong sinh kế của các hộ gia đình. Tuy nhiên, quy mô sản xuất nhỏ, thiếu đầu tư cho sản xuất, các hoạt động tiếp thị và phát triển thương hiệu đã cản trở khả năng tiếp cận thị trường.

Theo Escribano và cộng sự (2020), phân tích cơ hội thị trường nhằm xác định các đối thủ cạnh tranh, mô tả hồ sơ khách hàng và tìm hiểu nhận thức của khách hàng về sản phẩm. Trong khi đó, phân tích chuỗi giá trị hướng đến việc tìm hiểu vai trò của các tác nhân trong chuỗi, sự phối hợp giữa các tác nhân, các hoạt động

tiếp thị, chia sẻ lợi ích và lập bản đồ chuỗi giá trị (Gessesse và cộng sự, 2019). Do đó, việc phân tích cơ hội thị trường và chuỗi giá trị là cần thiết để xác định những điểm nghẽn trong chuỗi và đề xuất các biện pháp can thiệp phù hợp nhằm cải thiện hiệu quả kinh doanh của các tác nhân. Bài viết mô tả chuỗi giá trị bưởi xã Đồng Lê, tỉnh Quảng Trị đặc điểm của các tác nhân trong chuỗi giá trị, phân tích hiệu quả kinh doanh mô hình trồng bưởi và đề xuất một số biện pháp can thiệp để cải thiện kết quả kinh doanh của các tác nhân trong chuỗi giá trị.

PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Nghiên cứu được tiến hành tại xã Sơn Hóa, huyện Tuyên Hóa, tỉnh Quảng Bình (nay là xã Đồng Lê, tỉnh Quảng Trị), là vùng trồng bưởi trọng điểm. Dữ liệu sơ cấp được thu thập qua 2 giai đoạn trong tháng 5 và tháng 8/2023. Các phương pháp nghiên cứu chính bao gồm: phỏng vấn sâu, thảo luận nhóm và quan sát trực tiếp để đảm bảo tính hợp lệ của dữ liệu. 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 có 35 đối tượng đã được phỏng vấn sâu, bao gồm: 11 nông dân, 5 thương lái, 16 khách hàng và 3 cán bộ. Nội dung phỏng vấn tập trung vào chi phí, doanh thu và các hoạt động trong chuỗi giá trị. Ngoài ra, 2 cuộc thảo luận nhóm đã được tổ chức nhằm làm rõ hơn các vấn đề về thị trường, chính sách và sự phối hợp giữa các tác nhân. Hiệu quả tài chính của việc đầu tư trồng bưởi được phân tích bằng chỉ số Giá trị hiện tại ròng (NPV). NPV là chênh lệch giữa giá trị hiện tại của các dòng tiền vào và giá trị hiện tại của các dòng tiền ra trong một khoảng thời gian (Rahman và Hossain, 2019; Wang, 2021). Công thức tính NPV là:

NPV = \sum_{t=1}^n \frac{R_t}{(1+i)^t}

Trong đó: R_t là dòng tiền trong kỳ t ; i là tỷ lệ chiết khấu và t là tuổi thọ cây bưởi dự kiến. Tỷ suất hoàn vốn nội bộ (IRR) là tỷ lệ chiết khấu làm cho giá trị hiện tại ròng (NPV) bằng không, thể hiện tỷ suất sinh lợi hàng năm dự kiến từ việc đầu tư (Rahman và Hossain, 2019; Wang, 2021). Công thức tính IRR sau:

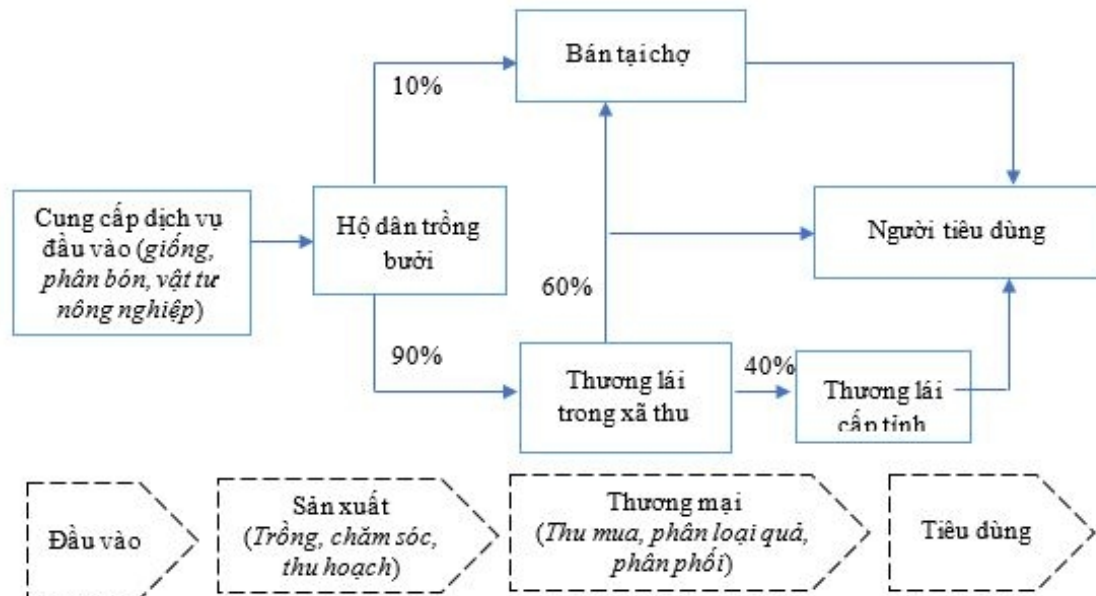
0 = NPV = \sum_{t=1}^T \frac{C_t}{(1+IRR)^t} - C_0

Trong đó: C_t là dòng tiền vào mới trong kỳ t và C_0 là dòng tiền chi ra ban đầu.

KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

Tổng quan về chuỗi giá trị bưởi

Hình 1: Sơ đồ chuỗi giá trị bưởi tại xã Đồng Lê



Nguồn: Tác giả tổng hợp

Tại xã Đồng Lê, hoạt động canh tác bưởi diễn ra với quy mô nhỏ, trung bình khoảng 0,26 héc-ta mỗi hộ và nhìn chung thiếu sự đầu tư. Mùa thu hoạch diễn ra từ tháng 9 đến tháng 11 hàng năm, với 90% sản lượng được thương lái thu mua để phân phối tại thị trường trong và ngoài tỉnh, chỉ 10% do các hộ gia đình tự bán. Giá bán tại vườn biến động mạnh, trung bình khoảng 12.000 đồng/quả, nhưng có thể lên tới 20.000 đồng/quả vào đầu vụ và giảm xuống còn 10.000 đồng/quả vào giữa vụ. Trong khi đó, thương lái bán ra cho người tiêu dùng với giá từ 15.000 đến 25.000 đồng/quả. Chất lượng bưởi được nông dân đánh giá qua các tiêu chí như độ ngọt, màu vỏ vàng nhạt, hình dáng tròn và trọng lượng 1-1,2 kg. Hầu hết các hộ có diện tích dưới 1 héc-ta không nhận được hỗ trợ kỹ thuật hay kết nối thị trường từ chính quyền, không giống như một số hộ có diện tích lớn hơn được hỗ trợ về tưới tiêu. Về liên kết dọc, các giao dịch giữa nông dân và thương lái chủ yếu dựa trên thỏa thuận miệng thay vì hợp đồng bằng văn bản. Nông dân thường nhận trước 30%-50% giá trị hợp đồng, tuy nhiên việc trao đổi thông tin thị trường giữa hai bên không thường xuyên. Về liên kết ngang, dù có sự hợp tác không chính thức trong việc chia sẻ cây giống và kỹ thuật, nhưng lại thiếu một nền tảng chính thức như tổ hợp tác hay hợp tác xã. Điều này hạn chế khả năng trao đổi kinh nghiệm và cùng nhau phát triển của các hộ trồng bưởi.

Kết quả kinh doanh của các hộ dân trồng bưởi

Hầu hết các hộ trồng bưởi tại xã Đồng Lê có từ 3-6 năm kinh nghiệm, nhưng chưa từng tham gia các khóa đào tạo kỹ thuật. Việc thiếu lao động do lực lượng trẻ di cư ra các đô thị, cùng với chi phí thuê nhân công, phân bón và thuốc trừ sâu cao là rào cản lớn đối với việc mở rộng diện tích trồng. Bưởi là cây trồng chính trong sinh kế của nhiều hộ, với năng suất trung bình 48-50 quả mỗi cây mỗi năm. Người dân cho rằng, kỹ thuật trồng bưởi không quá phức tạp nên dễ tiếp cận. Tuy nhiên, họ gặp khó khăn trong tiếp cận thị trường, giá bán bưởi không ổn định do sản phẩm chưa có chứng nhận VietGAP hay chỉ dẫn địa lý.

Để phân tích hiệu quả kinh tế, nghiên cứu áp dụng các chỉ tiêu như NPV và IRR. Theo khuyến cáo của Trung tâm Dịch vụ nông nghiệp, cây bưởi có thời gian khai thác khoảng 15 năm. Chi phí đầu tư ban đầu gồm: máy móc, chi phí trồng năm đầu, các chi phí chăm sóc, thu hoạch và bán hàng được tính theo từng năm để đánh giá khả năng sinh lời và hiệu quả đầu tư cho các hộ trồng bưởi trong khu vực nghiên cứu.

Bảng 1: Chi phí và kết quả kinh doanh của các hộ dân trồng bưởi

Đơn vị: 1.000 đồng/ha/năm

T T	Các chỉ tiêu	Quy mô trồng > 100 cây	Quy mô trồng < 100 cây
1	Chi phí đầu tư máy móc thiết bị trong năm đầu	24.300	24.300
2	Chi phí trồng bưởi trong năm đầu	46.784	60.342
3	Chi phí chăm sóc hàng năm	56.974	53.523
4	Chi phí thu hoạch và chi phí bán hàng năm	51.852	58.951
5	Sản lượng bưởi hàng năm (quả)	65	45
6	NPV	909.888	435.196
7	IRR	45%	33%

Nguồn: Tính toán của tác giả

Để đánh giá hiệu quả kinh tế, nghiên cứu sử dụng các chỉ số NPV và IRR trong một chu kỳ khai thác bưởi dự kiến 15 năm. Phân tích được thực hiện trên 2 quy mô: quy mô nhỏ (dưới 100 cây) và quy mô lớn (trên 100 cây). Cả 2 mô hình đều tính toán chi phí đầu tư ban đầu (máy móc, thiết bị), chi phí trồng trọt trong năm đầu tiên, và chi phí chăm sóc, thu hoạch, bán hàng hàng năm. Mô hình giả định việc thu hoạch bắt đầu từ năm thứ 5 với năng suất 80%, đạt 100% từ năm thứ 6 đến 13 và giảm còn 80% trong 2 năm cuối của chu kỳ. Kết quả phân tích cho thấy, có sự khác biệt rõ rệt về hiệu quả tài chính. Đối với quy mô nhỏ, nơi 90% sản lượng được hộ dân tự bán tại chợ với giá trung bình 13.500 đồng/quả, NPV đạt 435,19 triệu đồng và IRR là 33%. Trong khi đó, mô hình quy mô lớn cho NPV đạt 909,89 triệu đồng và IRR là 45%. Sự chênh lệch này chủ yếu do quy mô lớn được hưởng lợi từ việc đầu tư chăm sóc kỹ thuật tốt hơn và chi phí trung bình trên mỗi cây thấp hơn, dẫn đến năng suất cao hơn (65 quả/cây so với 45 quả/cây). Do đó, các chỉ số hiệu quả tài chính của mô hình quy mô lớn cao gần gấp đôi so với mô hình quy mô nhỏ, cho thấy tiềm năng vượt trội của việc đầu tư vào canh tác quy mô lớn.

Kết quả kinh doanh của các thương lái thu gom

Bảng 2: Chi phí và kết quả kinh doanh của các thương lái

TT	Các chỉ tiêu	Đồng/tấn
1	Giá bán bưởi (đồng/quả)	13.333,333
2	Giá mua bưởi (đồng/quả)	9.400
3	Chi phí vận chuyển đi bán bình quân	625.509
4	Lãi vay ngân hàng	0
5	Chi phí quản lý	0
6	Khấu hao xe máy	110.741
7	Chi phí nhân công	614.236
8	Thuế và các khoản phí	0
9	Tổng chi phí (2+3+4+5+6+7+8)	10.750.486
10	Lợi nhuận (1-9)	2.582.847

Nguồn: Tính toán của tác giả

Hoạt động thu mua bưởi tại địa phương chủ yếu do các thương lái quy mô nhỏ đảm nhiệm, với mỗi xã có từ 2 đến 5 người. Các thương lái này thường thiếu vốn, sử dụng xe máy làm phương tiện vận chuyển chính và chủ yếu dựa vào lao động gia đình thay vì thuê ngoài. Hầu hết họ là người địa phương, có mối quan hệ xã hội mật thiết với các hộ nông dân. Hàng năm, vào tháng 7 và tháng 8, họ chủ động đến các vườn để thương lượng giá và đặt cọc trước. Tuy nhiên, một rủi ro lớn là các giao dịch này chủ yếu dựa trên thỏa thuận miệng, thiếu khung pháp lý ràng buộc khi có tranh chấp xảy ra. Về phân phối, 60% sản lượng được tiêu thụ tại Xã, trong khi 40% được bán cho các thương lái cấp tỉnh hoặc từ các tỉnh lân cận. Kênh bán hàng chính đến người tiêu dùng cuối cùng là các cửa hàng hoa quả và quầy hàng tại chợ. Mặc dù một số thương lái đã sử dụng mạng xã hội như Facebook để quảng bá, hình thức này chỉ chiếm khoảng 5% tổng doanh thu. Nhìn chung, họ còn thiếu kinh nghiệm trong việc tận dụng thương mại điện tử và mạng xã hội để mở rộng thị trường. Các thương lái chưa đầu tư vào việc đóng gói hay xây dựng thương hiệu, dẫn đến giá trị gia tăng thấp. Trung bình, họ mua bưởi với giá 9.400 đồng/quả và bán ra với giá 13.333 đồng/quả. Sau khi trừ các chi phí chính như vận chuyển (625.506 đồng/tấn), nhân công (614.236 đồng/tấn) và khấu hao (110.741 đồng/tấn), lợi nhuận thu được là 2.582.847 đồng/tấn (Bảng 2).

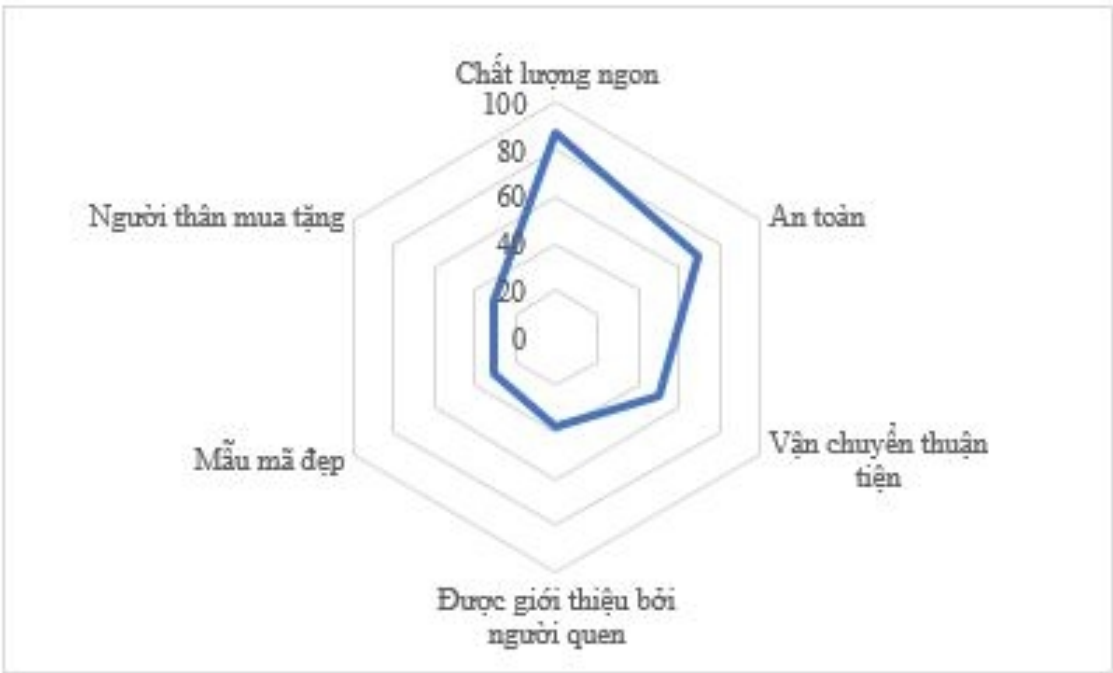
Đánh giá của khách hàng về bưởi Đồng Lê

Các hộ gia đình và hệ thống nhà hàng là 2 phân khúc khách hàng mục tiêu. Các nhà hàng có mối liên gần với các thương lái, nhưng chỉ tiêu thụ dưới 10% sản lượng bưởi, trong khi hơn 90% sản lượng được tiêu thụ bởi các hộ gia đình. Khoảng 87,5% khách hàng cho biết họ chọn bưởi xã Đồng Lê do chất lượng cao và 68% tin rằng loại bưởi này đảm bảo an toàn (Hình 2).

Truyền miệng là một yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến quyết định mua hàng của họ. Mặc dù các nền tảng mạng xã hội như Facebook, Tiktok và các sàn thương mại điện tử gần đây đã đóng một vai trò thiết yếu trong việc giới thiệu sản phẩm ra thị trường và thúc đẩy tiêu dùng, đa số khách hàng được khảo sát cho biết họ chưa tiếp cận thông tin sản phẩm qua các nền tảng này.

Hình 2: Lý do khách hàng lựa chọn bưởi Đồng Lê

Đơn vị: %



Nguồn: Tính toán của tác giả

KẾT LUẬN VÀ KHUYẾN NGHỊ

Kết quả nghiên cứu cho thấy, các hộ dân còn gặp nhiều khó khăn về kỹ thuật trồng và chăm sóc bưởi, chưa được tập huấn đầy đủ. Cả hộ dân và thương lái đều thiếu kỹ năng kinh doanh, quảng bá sản phẩm còn yếu. Mối liên kết giữa các tác nhân trong chuỗi giá trị còn lỏng lẻo, thiếu sự phối hợp, làm giảm hiệu quả sản xuất, tiêu thụ và khả năng nâng cao giá trị sản phẩm. Để phát triển chuỗi giá trị bưởi tại xã Đồng Lê, tỉnh Quảng Trị, nhóm tác giả đưa ra một số khuyến nghị sau:

Thành lập câu lạc bộ trồng bưởi tại xã Đồng Lê, kết hợp với việc tổ chức các khóa tập huấn kỹ thuật và các chuyến tham quan thực tế đến những mô hình thành công.

Về mặt thương mại, cần bồi dưỡng kỹ năng bán hàng và quản lý tài chính cho các hộ dân, đồng thời hỗ trợ xây dựng mô hình kinh doanh thí điểm trên các nền tảng số như Facebook và Zalo. Yếu tố then chốt để nâng cao giá trị sản phẩm là xây dựng thương hiệu thông qua việc hỗ trợ cấp chứng nhận VietGAP và tem truy xuất nguồn gốc, giúp khẳng định vị thế đặc sản địa phương.

Đối với thương lái, các can thiệp hướng đến việc nâng cao năng lực kinh doanh trong bối cảnh hoạt động còn nhỏ lẻ, thiếu vốn và yếu về tiếp thị số. Cần tổ chức các lớp tập huấn về quản lý tài chính và kỹ năng kinh doanh, đồng thời hỗ trợ họ xây dựng các kênh bán hàng trực tuyến chuyên nghiệp. Việc đào tạo kỹ năng chụp ảnh sản phẩm và viết nội dung quảng cáo sẽ giúp mỗi thương lái vận hành hiệu quả một kênh bán hàng online, mở rộng thị trường ra ngoài địa phương.

Cuối cùng, chính quyền địa phương hỗ trợ và phối hợp với các hộ dân trồng bưởi và thương lái để tham gia các hội chợ nông nghiệp là giải pháp quan trọng để họ học hỏi kỹ năng bán hàng trực tiếp, kết nối với khách hàng và nắm bắt xu hướng thị trường, góp phần tăng cường liên kết trong toàn chuỗi giá trị.

Lời cảm ơn: Số liệu của bài viết được thu thập từ Dự án "Con người, Linh trưởng, Thực vật: Đồng quản lý đa dạng sinh học và cải thiện sinh kế tại Việt Nam" do Quỹ Sáng kiến Darwin của Vương Quốc Anh tài trợ và được BGCI, ICRAF Việt Nam cùng Cegorn triển khai tại huyện Tuyên Hóa, tỉnh Quảng Bình (nay là xã Đồng Lê, tỉnh Quảng Trị).

(*):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. Rahman, M.R., Hossain, M.K. (2019). Optimal economic return and rotation period of large scale Acacia auriculiformis plantations in Bangladesh. *J Biosci Agric Res*, 20, 1709-1716.
4. Sharma, B., van der Vegte, A. (2020). Engineered bamboo for structural applications, in: Nonconventional and Vernacular Construction Materials. Elsevier, 597–623, <https://doi.org/10.1016/B978-0-08-102704-2.00021-4>.
5. Wang, Y. (2021). The development and usage of NPV and IRR and their comparison, in: 2021 3rd International Conference on Economic Management and Cultural Industry (ICEMCI 2021). *Atlantis Press*, 2044-2048, DOI 10.2991/assehr.k.211209.334

Ngày nhận bài: 27/6/2025; Ngày hoàn thiện biên tập: 19/7/2025; Ngày duyệt đăng: 23/7/2025

URL: <https://kinhtevadubao.vn/phat-trien-chuoi-gia-tri-buoi-tai-xa-dong-le-tinh-quang-tri-goc-nhin-tu-san-xuat-den-tieu-thu-va-hieu-qua-kinh-te-31906.html>

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