

Hiện trạng sản xuất và tiêu thụ sản phẩm mật ong hoa ngũ gia bì Vân Thủy, huyện Chi Lăng, tỉnh Lạng Sơn

Trịnh Văn Tuấn, Vũ Văn Đoàn, Lê Đức Công

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Vân Thủy là xã miền núi vùng III của huyện Chi Lăng, tỉnh Lạng Sơn. Tổng số hộ của toàn xã là trên 550 hộ với gần 2.500 nhân khẩu của 2 dân tộc chính là Tày và Nùng cùng sinh sống. Đây là xã có diện tích đồi, rừng lớn với nhiều loại cây tự nhiên và cây rừng trồng có tiềm năng khai thác thành cây nguồn mật để phát triển nghề nuôi ong mật. Trong số các loại cây rừng đó, cây ngũ gia bì mọc tự nhiên, rải rác trên quy mô diện tích khoảng 900 -1.100 ha. Cây ngũ gia bì (tên gọi khác là cây chân chim, mạy tăng, xuyên gia bì, thích gia bì...) có tên khoa học là *Schefflera heptaphylla* là cây dược liệu. Theo y học cổ truyền, cây ngũ gia bì có vị đắng chát, mùi thơm nhẹ, tính mát, có tác dụng làm ra mồ hôi, chống suy nhược thần kinh, giảm đau nhức, giúp tiêu hóa trừ phong thấp hiệu quả. Đặc điểm nổi bật cho thấy sự khác biệt lớn của cây ngũ gia bì với nhiều loại cây khác đó là nở hoa vào mùa đông (từ tháng 11 năm trước đến tháng 1 năm sau). Vì vậy, mật ong hoa ngũ gia bì thu được có độ đồng nhất cao, chất lượng đặc trưng và giá trị sử dụng lớn. Các tiêu chuẩn chất lượng đặc trưng của mật ong hoa ngũ gia bì đó là: Vị ngọt thanh pha chút đắng nhẹ, hàm lượng đường (glucose và fructose), carbohydrat, chất chống oxy hóa cao. Đặc biệt theo kết quả đề tài “Nghiên cứu giá trị dinh dưỡng, dược học của mật ong hoa ngũ gia bì tại huyện Chi Lăng, tỉnh Lạng Sơn” cho thấy, hàm lượng vitamin B5 (axit pantothenic) có trong mật ong hoa ngũ gia bì Vân Thủy cao gấp 10 lần so với mức tiêu chuẩn theo cơ sở dữ liệu dinh dưỡng của USDA (0,068mg/100g). Ngoài ra các nguyên tố vi lượng (kaili, sắt, magie...) có

trong mật ong hoa ngũ gia bì cũng có giá trị khác biệt so với các mật ong khác.

Hoạt động nuôi ong lấy mật yêu cầu vốn đầu tư thấp, không đòi hỏi nhiều lao động, khai thác được lợi thế về điều kiện tự nhiên của xã (địa bàn rộng, cây nguồn mật đa dạng). Mật khác với nhu cầu tiêu dùng lớn, giá bán cao và ổn định trong những năm gần đây đã thúc đẩy việc mở rộng quy mô đàn ong nuôi trên địa bàn xã Vân Thủy. Tổng số hộ tham gia hoạt động nuôi ong trên địa bàn là gần 100 hộ với gần 1.000 đàn ong. Riêng hợp tác xã nuôi ong lấy mật Vân Thủy có 23 hộ nuôi ong khi mới thành lập có 370 đàn ong đã mở rộng lên 800 đàn trong năm 2020.

Trên thị trường hiện nay, mật ong hoa ngũ gia bì Vân Thủy có giá bán bình quân là 500.000 đồng/lít, cao hơn gấp 1,5 lần so với các loại mật ong thông thường khác (mật ong nhãn, vải, keo). So sánh với giá bán của các loại mật ong đã được bảo hộ chỉ dẫn địa lý (CDĐL) khác thì mật ong Vân Thủy có giá bán tương đương mật ong Mù Cang Chải – Yên Bái, thấp hơn giá bán của mật ong bạc hà Mèo Vạc – Hà Giang.

Việc nghiên cứu hiện trạng sản xuất và tiêu thụ để từ đó đề xuất các giải pháp phát triển bền vững chuỗi giá trị mật ong hoa ngũ gia bì Vân Thủy là rất cần thiết nhằm nâng cao thu nhập cho người dân, góp phần xây dựng nông thôn mới trên địa bàn xã Vân Thủy, huyện Chi Lăng, tỉnh Lạng Sơn.

II. ĐỐI TƯỢNG VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1. Đối tượng nghiên cứu

- Sản phẩm mật ong hoa ngũ gia bì của xã Vân Thủy

- Một số nhóm tác nhân tham gia chuỗi giá trị mật ong Vân Thủy gồm: hộ nuôi ong, hợp tác xã, người thu gom, bán lẻ mật ong.

2.2. Phương pháp nghiên cứu

- Thu thập thông tin thứ cấp: Thu thập các báo cáo, tài liệu sẵn có, số liệu thống kê liên quan đến tình hình nuôi ong, diện tích cây nguồn mật, cơ chế và chính sách hỗ trợ phát triển nghề nuôi ong từ các phòng, ban chuyên môn của huyện Chi Lăng và Ủy ban nhân dân xã Vân Thủy.

- Thu thập thông tin sơ cấp: Tiến hành điều tra trực tiếp bằng phiếu hỏi các tác nhân tham gia chuỗi giá trị mật ong hoa ngũ gia bì Vân Thủy. Do giới hạn về diện tích cây nguồn mật nên sản lượng mật ong hoa ngũ gia bì hàng năm chưa lớn. Chiếm 100% sản lượng mật ong sản xuất ra được phân phối đến người tiêu dùng cuối cùng thông qua các tác nhân của huyện Chi Lăng. Vì vậy, trong nghiên cứu này, chúng tôi chỉ tiến hành hoạt động điều tra trong phạm vi địa bàn huyện Chi Lăng. Số lượng phiếu điều tra của từng nhóm tác nhân cụ thể qua bảng dưới.

Bảng 1. Số lượng và tỷ lệ tác nhân điều tra

TT	Tác nhân	Số lượng (phiếu)	Tỷ lệ số lượng tác nhân điều tra/tổng số tác nhân (%)
1	Hộ nuôi ong	30	30,00
2	Hợp tác xã nuôi ong lấy mật	1	100
3	Thu gom	4	66,67
4	Bán lẻ	5	50,00

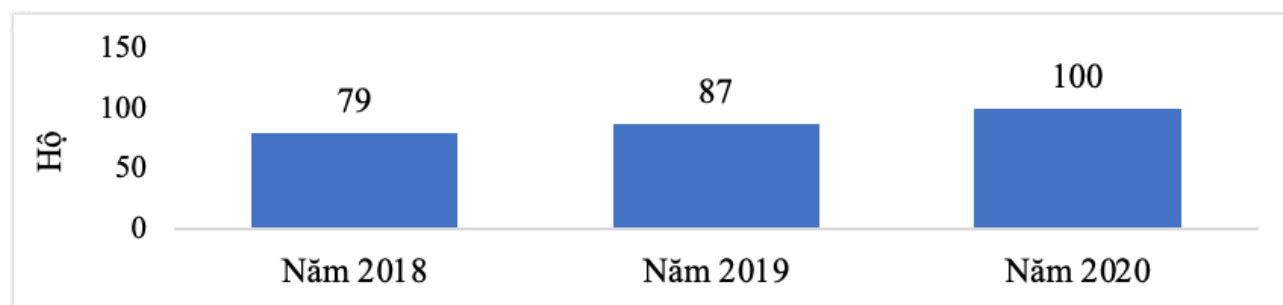
- Phân tích thông tin: Sử dụng phương pháp thống kê mô tả, so sánh và phân tích SWOT để tổng hợp và phân tích các thông tin điều tra hiện trạng cũng như đề xuất các giải pháp phát triển chuỗi giá trị mật ong hoa ngũ gia bì Vân Thủy.

3.1. Hiện trạng nuôi ong tại xã Vân Thủy

Nghề nuôi ong và khai thác mật đã có truyền thống lâu năm tại Vân Thủy. Trong những năm gần đây, do nhu cầu đối với các sản phẩm mật ong có chất lượng đặc trưng tăng lên đã dẫn đến số lượng hộ tham gia nuôi ong mật trên địa bàn xã Vân Thủy tăng lên.

III. KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

Hình 1. Biến động số lượng hộ nuôi ong mật xã Vân Thủy qua ba năm 2018 - 2020



(Nguồn: Tính toán từ số liệu thống kê của xã Vân Thủy)

Qua ba năm (2018 – 2020), số lượng hộ nuôi ong của xã Vân Thủy tăng thêm 21 hộ, với tốc độ tăng trưởng bình quân đạt 12,5%. Bên cạnh lý do chính là giá bán mật ong tăng thì yếu tố có tác động tích cực thu hút thêm các hộ khác tham gia nuôi ong là do có chính sách hỗ trợ giống và tổ chức tập huấn kỹ thuật của địa phương.

Chiếm tỷ lệ 100% các hộ nuôi ong tại Vân Thủy đang sử dụng giống ong ong nội (*Apis caranna indica*). So với giống ong ngoại, giống ong nội cho năng suất mật thấp hơn nhưng có ưu điểm đàn ong nội địa rất chăm chỉ, có thể tận dụng hết thức ăn ở gần và chúng chịu rét giỏi hơn ong ngoại. Trước đây, người dân tiến hành bắt ong giống trên rừng (hốc đá, bông cây...) đưa về nuôi. Ưu điểm của phương thức này là chi phí đầu tư thấp, dụng cụ nuôi đơn giản nhưng

nhược điểm của giống ong mật bắt hoang đã là khó nuôi, chất lượng giống không ổn định (ong chúa già, đẻ kém), tính hoang dã còn cao, dễ chia đàn và bốc bay. Kết quả là quy mô đàn ong của Vân Thủy nhỏ, không ổn định, sản lượng mật thu được hàng năm thấp, chủ yếu để phục vụ cho nhu cầu sử dụng trong gia đình. Thông qua chương trình xây dựng nông thôn mới gắn với chuyển dịch cơ cấu cây trồng, vật nuôi được triển khai thực hiện, có nhiều hộ gia đình tại xã Vân Thủy đã được hỗ trợ ong giống để tham gia hoạt động nuôi ong lấy mật.

Bên cạnh sự gia tăng số lượng hộ thì quy mô nuôi ong của mỗi hộ cũng tăng lên nhờ chính sách hỗ trợ giống. Trong đó, các thành viên của Hợp tác xã nuôi ong lấy mật xã Vân Thủy có tốc độ tăng đàn nhanh nhất.

Hình 2. Biến động số lượng đàn ong của các thành viên Hợp tác xã



(Nguồn: Tính toán từ số liệu thống kê của xã Vân Thủy)

Trước khi thành lập hợp tác xã (năm 2016), tổng số đàn ong của 23 thành viên là 260 đàn. Đến năm 2020, tổng số đàn ong của hợp tác xã là 850 đàn, tăng lên 3,27 lần so với trước khi thành lập và 2,29 lần so với thời điểm mới thành lập hợp tác xã (năm 2017). Sau khi được thành lập, hợp tác xã thường xuyên các cuộc họp trao đổi, chia sẻ kinh nghiệm, thực hành chăm sóc đàn ong giữa các thành viên. Ngoài ra, các hộ nuôi ong Vân Thủy cũng được tham gia các lớp tập

huấn về kỹ thuật nuôi ong, thu hoạch mật ong. Vì vậy, hầu hết các hộ nuôi ong đều nắm được 10 công đoạn kỹ thuật chính gồm: (1) Lựa chọn giống ong; (2) Lựa chọn địa điểm đặt thùng ong; (3) Kỹ thuật xây bánh tổ mới; (4) Tạo chúa; (5) Nhân đàn; (6) Phòng chống và xử lý đàn ong bốc bay; (7) Quản lý và cho ăn bổ sung; (8) Quản lý vụ thu mật ong; (9) Quay mật; (10) Lọc mật ong. Nhiều hộ đã áp dụng, thực hiện khá tốt các công đoạn kỹ thuật chính trên.

Bảng 2. Tỷ lệ hộ điều tra nắm được và áp dụng kỹ thuật nuôi ong

TT	Tiêu chí	Số lượng (hộ)	Tỷ lệ (%)
1	Hộ nắm được đầy đủ công đoạn kỹ thuật chính	26	86,67
2	Hộ áp dụng đúng từ 5 công đoạn kỹ thuật chính trở lên	19	73,33
3	Hộ áp dụng đúng dưới 5 công đoạn kỹ thuật chính	11	26,67

(Nguồn: Số liệu điều tra, 2021)

Chiếm tỷ lệ 86,67% số hộ điều tra nắm được đầy đủ các công đoạn kỹ thuật chính trong nuôi ong và khai thác mật ong. Trong đó có 73,33% số hộ đã áp dụng đúng ít nhất 5 công đoạn kỹ thuật được tập huấn vào chăm sóc đàn ong của gia đình. Thông qua đó giúp nâng cao kiến thức và kỹ năng cho người nuôi ong để hộ tự tin mở rộng quy mô nuôi.

Hiện nay, người nuôi ong Vân Thủy đang thu hoạch 2 vụ mật ong là mật hoa keo và mật hoa ngũ gia bì. Vụ hoa keo kéo dài từ tháng 4 đến tháng 7 và vụ hoa ngũ gia bì kéo dài từ tháng 11 năm trước đến tháng 2 năm sau (tập trung nhất từ tháng 12 đến tháng 1). Vụ mật hoa ngũ gia bì được các hộ nuôi ong quan tâm nhất vì mang lại giá trị lớn và thu nhập cao.

Bảng 3. Thời vụ ra hoa của cây nguồn mật tại xã Vân Thủy

Cây nguồn mật chính	Thời gian ra hoa	Địa điểm phân bố	Mức độ cho mật	Màu sắc mật ong
Ngũ gia bì	T11 – T2	Toàn xã	++++	Vàng nhạt, vàng chanh
Keo	T4 – T7	Toàn xã	++++	Vàng đậm
Khác (cỏ lào, đào rừng, ...)	T8-T11	Toàn xã	++	Vàng đậm

(Nguồn: Số liệu điều tra, 2021; Ghi chú: Mức độ cao : +++++, khá : +++, trung bình và ít: ++)

Thời gian ra hoa của cây ngũ gia bì trùng với các tháng mùa đông của miền Bắc. Do thời tiết thường lạnh, nhiều loài cây trồng không có đặc tính ra hoa vào thời điểm này nên ở nhiều địa phương khác, người nuôi ong duy trì đàn ong bằng cách cho ăn thêm đường. Ngược lại, người nuôi ong ở Vân Thủy lại có một lợi thế đó là khai thác vụ hoa cây ngũ gia bì. Trong giai đoạn này,

hầu khắp cánh rừng tại Vân Thủy chỉ có cây ngũ gia bì nở hoa nên mật ong hoa ngũ gia bì thu được có độ đồng nhất cao. Kết quả điều tra cũng cho thấy, 100% người nuôi ong tại Vân Thủy khẳng định mật ong thu được trong giai đoạn từ tháng 11 năm trước đến tháng 2 năm sau là mật hoa ngũ gia bì.

Bảng 4. Hiệu quả kinh tế từ nuôi ong lấy mật hoa ngũ gia bì tại xã Vân Thủy
(Tính cho 1 đàn 3 cầu, khai thác trong 3 năm)

TT	Chỉ tiêu	Đơn vị tính	Số lượng	Đơn giá (đồng)	Thành Tiền (đồng)
1	Doanh thu				10.350.000
	Mật Ong	Lít	18	500.000	9.000.000
	Ong giống	Đàn	3	450.000	1.350.000
2	Chi phí				3.150.000
	Giống	Đàn	1	450.000	450.000
	Cầu ong mới	Cầu	24	25.000	600.000
	Chi phí khác (bao bì, nhãn mác, dụng cụ khai thác mật...)	Đồng			2.100.000
3	Thu nhập hỗn hợp	Đồng			7.200.000
4	Thu nhập hỗn hợp/đàn/năm	Đồng/đàn/năm			2.400.000

(Nguồn: Số liệu điều tra, 2021)

Kết quả điều tra cho thấy, ngoài sản phẩm chính là mật ong thì người nuôi ong có kỹ thuật tốt có thể tự nhân đàn, tạo đàn mới để bán giống. Những chi phí chính đầu tư nuôi ong gồm chi giống (450.000 đồng/đàn, khai thác trong 3 năm), cầu ong mới (25.000 đồng/cầu, thay mới sau mỗi lần thu hoạch mật) và chi bao bì đóng gói, nhãn mác, dụng cụ khai thác mật ong (700.000

đồng/năm). Tổng doanh thu từ bán mật ong và ong giống thu được từ 1 đàn ong trong 3 năm là 10.350.000 đồng. Thu nhập hỗn hợp của mỗi đàn ong mà hộ gia đình nhận được là 7.200.000 đồng, tương đương với mức thu nhập 2.400.000 đồng/đàn/năm. Đây là hoạt động sinh kế mang lại thu nhập khá cao cho người dân.

Bảng 5. Giá trị sản xuất và thu nhập hỗn hợp trong nuôi ong của Hợp tác xã nuôi ong lấy mật xã Vân Thủy qua bốn năm (2017 – 2020)

TT	Tiêu chí	ĐVT	Năm 2017	Năm 2018	Năm 2019	Năm 2020	Tốc độ tăng trưởng (%)
1	Giá trị sản xuất	Triệu đồng	280	850	1.920	2.160	97,59%
2	Thu nhập hỗn hợp	Tr.đ/hộ	12,7	38,6	87,3	98,0	97,61%

(Nguồn: Tổng hợp từ báo cáo kết quả kinh doanh của hợp tác xã, 2021)

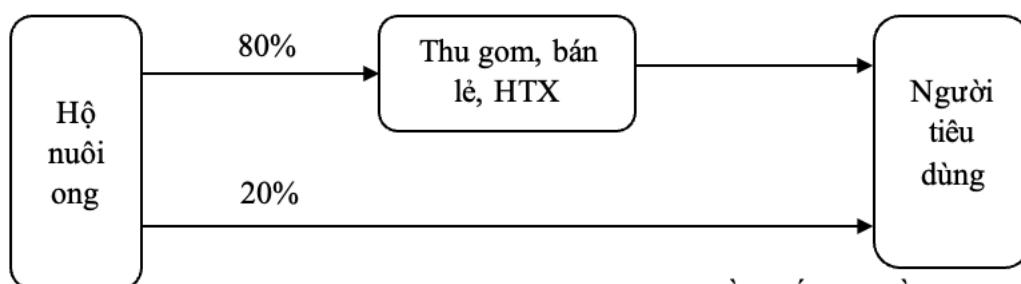
Số liệu trên cho thấy, giá trị sản xuất và thu nhập hỗn hợp của hoạt động nuôi ong tại Hợp tác xã nuôi ong lấy mật xã Vân Thủy đã tăng lên rất nhanh. Trong giai đoạn 2017 – 2020, tốc độ tăng trưởng giá trị sản xuất và thu nhập hỗn hợp của hợp tác xã đạt trên 97%.

3.2. Hiện trạng tiêu thụ mật ong hoa ngũ

gia bì Vân Thủy

Mặc dù là sản phẩm có chất lượng đặc trưng nhưng chưa có nhiều khách hàng và người tiêu dùng ngoài tỉnh biết đến sản phẩm. Thị trường tiêu thụ chính của sản phẩm mật ong hoa ngũ gia bì Vân Thủy là trong tỉnh Lạng Sơn, được tổ chức theo 2 kênh phân phối như sơ đồ dưới.

Hình 3. Sơ đồ chuỗi giá trị mật ong hoa ngũ gia bì Vân Thủy



(Nguồn: Số liệu điều tra, 2021)

Kênh 1: Khoảng 80% sản lượng mật ong được bán cho người thu gom và bán lẻ trước khi đến với người tiêu dùng cuối cùng. Trong khâu thương mại, Hợp tác xã nuôi ong lấy mật xã Vân Thủy cũng hoạt động với vai trò tương tự các tác nhân thu gom, bán lẻ.

Những tác nhân này thu mua mật ong của các hộ nuôi ong sau đó bán cho người tiêu dùng. Sự khác nhau giữa Hợp tác xã và tác nhân thu gom, bán lẻ đó là hợp tác xã đã bắt đầu sử dụng

bao bì, nhãn mác đóng gói cung cấp thông tin có liên quan đến sản phẩm mật ong hoa ngũ gia bì. Vì vậy, bên cạnh người tiêu dùng cuối cùng, một trong những khách hàng quan trọng của hợp tác xã là các cơ quan, tổ chức mua sản phẩm mật ong để làm quà biếu, quà tặng.

Kênh 2: Chiếm 20% sản lượng mật ong còn lại được các hộ nuôi ong bán trực tiếp đến người tiêu dùng cuối cùng.

Bảng 6. Đánh giá của người thu gom, bán lẻ đối với mật ong hoa ngũ gia bì Vân Thủy

TT	Tiêu chí đánh giá	Tỷ lệ ý kiến đánh giá (%)		
		Tốt	Trung bình	Kém
1	Sản lượng	10,00	80,00	10,00
2	Chất lượng	80,00	20,00	0,00
3	Bao bì đóng gói	0,00	40,00	60,00
4	Nhãn mác và dấu hiệu nhận diện	0,00	50,00	50,00
5	Thông tin truy xuất nguồn gốc	0,00	30,00	70,00
	Tính chung	18,00	44,00	38,00

(Nguồn: Số liệu điều tra, 2021)

Kết quả trên cho thấy, có nhiều tiêu chí của sản phẩm mật ong hoa ngũ gia bì cần được cải thiện trong thời gian tới. Các tiêu chí có tỷ lệ người thu gom, bán lẻ đánh giá thấp là nhãn mác và dấu hiệu nhận diện, thông tin truy xuất nguồn gốc, sản lượng và bao bì đóng gói. Chất lượng mật ong hoa ngũ gia bì Vân Thủy được đánh giá cao nhất khi có tới 80% số người thu gom, bán lẻ đưa ra ý kiến đánh giá “tốt” cho tiêu chí này. Sở dĩ sản phẩm được đánh giá tốt vì có sự khác biệt so với các sản phẩm mật ong thông thường khác như: Là mật ong mùa đông, cây nguồn mật là cây rừng tự nhiên, mật có màu vàng nhạt hơn, vị ngọt hơi đắng hậu.

Hiện nay, việc chủ động xây dựng các công cụ riêng để quảng bá, giới thiệu sản phẩm của các hộ kinh doanh còn hạn chế. Nguyên nhân là do các hộ gặp khó khăn về nhân lực, kinh phí, thiếu kinh nghiệm và kỹ năng lập kế hoạch và tổ chức quảng bá, giới thiệu sản phẩm. Đối với các cơ sở sản xuất, các hoạt động như: Tổ chức hội

nghị khách hàng, hội nghị thử nếm, xây dựng các công cụ quảng bá và nhận diện (tờ rơi, poster, bao bì, nhãn mác, tem truy xuất) chưa được triển khai hoặc đã có nhưng chưa đáp ứng yêu cầu. Hợp tác xã nuôi ong lấy mật Vân Thủy đã sử dụng bao bì và nhãn mác riêng để đóng gói, giới thiệu sản phẩm nhưng thông tin trên nhãn chưa đúng theo Nghị định 43/2017/NĐ-CP của Chính phủ về ghi nhãn hàng hóa.

Trong hai năm 2019 và 2020, do ảnh hưởng của dịch Covid-19, các kênh phân phối trực tiếp gặp khó khăn nên một số hộ kinh doanh mật ong Vân Thủy đẩy mạnh quảng bá, giới thiệu và bán sản phẩm online (facebook, zalo, website...). Qua đó, sản phẩm đã tiếp cận được một số thị trường tiêu thụ mới tại Hà Nội, Bắc Ninh và Bắc Giang. Vì vậy, khi đánh giá về nhu cầu tiêu thụ mật ong hoa ngũ gia bì Vân Thủy trong thời gian tới, có nhiều ý kiến cho rằng nhu cầu sẽ tăng lên trong thời gian tới.

Bảng 7. Nhận xét về nhu cầu tiêu thụ mật ong hoa ngũ gia bì Vân thủy thời gian tới

TT	Nhu cầu tiêu thụ	Số ý kiến đánh giá	Tỷ lệ (%)
1	Tăng lên	8	80,00
2	Ổn định	2	20,00
3	Giảm đi	0	0

(Nguồn: Số liệu điều tra, 2021)

Mặc dù giá bán sản phẩm đã tăng lên (từ 350.000 đồng/lít năm 2016 lên 500.000 đồng/lít năm 2020) nhưng nhu cầu tiêu thụ sản phẩm vẫn tăng lên. Điều đó cho thấy tiềm năng mở rộng quy mô đàn ong và phát triển thị trường tiêu thụ sản phẩm mật ong hoa ngũ gia bì Vân Thủy là rất lớn.

3.3. Một số thuận lợi và khó khăn trong sản xuất và tiêu thụ mật ong hoa ngũ gia bì Vân Thủy

a) Thuận lợi

- Tận dụng được lợi thế của địa phương (truyền thống nuôi ong, cây nguồn mật tự nhiên

và có giá trị dược liệu)

- Giống ong nội thích nghi tốt với điều kiện thời tiết của địa phương.

- Người sản xuất nắm vững kỹ thuật và tự chủ nhân đàn để mở rộng quy mô nuôi.

- Sản phẩm có chất lượng đặc trưng phù hợp với đăng ký bảo hộ chỉ dẫn địa lý, có tiềm năng mở rộng thị trường tiêu thụ.

- Đã xây dựng được Hợp tác xã nuôi ong và được các cơ quan chuyên môn của địa phương quan tâm phát triển.

b) Khó khăn

- Quy mô chăn nuôi nhỏ chưa đáp ứng yêu cầu sản lượng của người kinh doanh.

- Người nuôi ong Vân Thủy đang dừng lại ở việc khai thác cây nguồn mật tự nhiên, chưa quan tâm đến việc trồng mới, mở rộng số lượng và diện tích cây ngũ gia bì. Đây là yếu tố hạn chế việc tăng quy mô đàn ong và sản lượng mật ong hoa ngũ gia bì trong thời gian tới.

- Hệ thống nhận diện, bao bì, nhãn mác, tem truy xuất nguồn gốc, công cụ quảng bá, giới thiệu sản phẩm chưa đầy đủ và phù hợp theo quy định.

- Năng lực và kinh nghiệm quản lý, tổ chức các hoạt động kinh doanh của Hợp tác xã nuôi ong lấy mật Vân Thủy còn thiếu dẫn đến chưa xây dựng được các mối liên kết tiêu thụ bền vững với khách hàng ngay tại thị trường Lạng Sơn và các thị trường tiềm năng ngoài tỉnh.

3.4. Một số giải pháp phát triển chuỗi giá trị mật ong hoa ngũ gia bì Vân Thủy

a) Đăng ký bảo hộ nhãn hiệu cho sản phẩm mật ong hoa ngũ gia bì Vân Thủy

Đăng ký bảo hộ nhãn hiệu để sản phẩm được bảo vệ về danh tiếng, uy tín chất lượng, nâng cao khả năng cạnh tranh. Sản phẩm mật ong hoa ngũ gia bì có chất lượng đặc trưng, được tạo nên bởi cây nguồn mật và kinh nghiệm của người nuôi ong trên địa bàn xã Vân Thủy. Đối chiếu với các loại hình nhãn hiệu được nhà nước cho phép và khuyến khích thì sản phẩm mật ong hoa ngũ gia bì Vân Thủy phù hợp để bảo hộ dưới hình thức chỉ dẫn địa lý.

b) Tăng cường năng lực quản lý và tổ chức kinh doanh cho người sản xuất và hợp tác xã

Hợp tác xã nuôi ong lấy mật Vân Thủy đang thực hiện tốt các hoạt động sản xuất thể hiện qua tiêu chí quy mô đàn ong của các thành viên trong hợp tác xã tăng lên liên tục trong những năm qua. Tuy nhiên, hợp tác xã đang gặp khó khăn trong quản lý và phát triển cây nguồn mật, khó khăn trong quảng bá và phát triển thị trường tiêu thụ

mới cho sản phẩm. Để nâng cao hiệu quả hoạt động của hợp tác xã và khai thác tốt chỉ dẫn địa lý sau bảo hộ cần hỗ trợ tăng cường năng lực quản lý và kinh doanh cho ban lãnh đạo hợp tác xã. Mục tiêu là hợp tác xã đóng vai trò cầu nối trung gian giữa người nuôi ong với thị trường, tham gia điều phối và vận hành chuỗi giá trị mật ong hoa ngũ gia bì Vân Thủy.

c) Xây dựng và thực hiện các hoạt động quảng bá, giới thiệu sản phẩm

Để mở rộng thị trường tiêu thụ và nâng cao giá bán sản phẩm thì giải pháp trước tiên cần thực hiện đó là đẩy mạnh các hoạt động quảng bá, giới thiệu sản phẩm. Thông qua những hoạt động này, có nhiều khách hàng và người tiêu dùng tại các thị trường tiêu thụ lớn biết đến giá trị, lợi thế của sản phẩm. Muốn vậy, cần xây dựng và sử dụng các dấu hiệu nhận diện sản phẩm (logo, bao bì đóng gói, nhãn mác, tờ rơi, standee, tem truy xuất...), tổ chức các hoạt động giới thiệu trực tiếp sản phẩm hoặc quảng bá thông qua phương tiện truyền thông, mạng xã hội, sàn thương mại điện tử để nhiều người biết đến sản phẩm.

d) Xây dựng liên kết tiêu thụ sản phẩm theo chuỗi giá trị

Để người nuôi ong yên tâm mở rộng quy mô đàn ong và tăng sản lượng mật ong hoa ngũ gia bì thì Hợp tác xã nuôi ong lấy mật Vân Thủy cần xây dựng liên kết tiêu thụ sản phẩm theo chuỗi giá trị. Thông qua hợp đồng tiêu thụ với các đối tác, hợp tác xã sẽ xác định rõ thị trường và đối tác tiêu thụ và sản lượng sản phẩm, các tiêu chí cần đáp ứng của sản phẩm. Chuỗi giá trị với các kênh tiêu thụ mới được hình thành và vận hành một mặt giúp tăng khối lượng sản phẩm được tiêu thụ, mặt khác giúp tăng cường danh tiếng và vị thế của sản phẩm trên thị trường.

IV. KẾT LUẬN

4.1. Kết luận

Mật ong hoa ngũ gia bì Vân Thủy là sản phẩm có chất lượng đặc trưng và khá nổi tiếng của huyện Chi Lăng. Hoạt động nuôi ong lấy

mật giúp khai thác được các điều kiện lợi thế, trở thành nguồn sinh kế quan trọng, mang lại thu nhập cao cho người dân trên địa bàn xã Vân Thủy trong những năm gần đây. Vì vậy, quy mô nuôi ong của Vân Thủy có xu hướng tăng lên. Các hộ nuôi ong đã liên kết xây dựng hợp tác xã cùng hỗ trợ nhau về kỹ thuật, quản lý sản xuất để hướng đến các thị trường, khách hàng tiêu thụ bên ngoài tỉnh Lạng Sơn. Tuy nhiên, trong quá trình nuôi ong và tiêu thụ sản phẩm, người nuôi ong và hợp tác xã còn gặp phải một số khó khăn như năng lực kinh doanh còn yếu, chưa có chính sách khuyến khích phát triển cây nguồn mật, sản lượng thu được hàng năm nhỏ, sản phẩm chưa có dấu hiệu nhận diện riêng và ít có các hoạt động quảng bá, xúc tiến thương mại. Để phát triển chuỗi giá trị mật ong hoa ngũ gia bì Vân Thủy, một số giải pháp cần can thiệp, tác động gồm: (1) Bảo hộ nhãn hiệu cho sản phẩm; (2) Tăng cường năng lực quản lý và tổ chức kinh doanh cho người sản xuất và hợp tác xã; (3) Tổ chức quảng bá, giới thiệu sản phẩm; (4) Xây dựng liên kết tiêu thụ sản phẩm theo chuỗi giá trị.

4.2. Đề nghị

Sở Khoa học và Công nghệ tỉnh Lạng Sơn sớm hỗ trợ đăng ký bảo hộ chỉ dẫn địa lý cho sản phẩm. Sau bảo hộ, đề nghị Ủy ban nhân dân huyện Chi Lăng tăng cường các hoạt động quản lý và hỗ trợ phát triển cây nguồn mật để tăng số hộ nuôi và quy mô đàn ong. Bên cạnh đó, các cơ quan quản lý thúc đẩy hợp tác xã khai thác chỉ dẫn địa lý thông qua tổ chức quảng bá, giới thiệu và xây dựng liên kết tiêu thụ sản phẩm đến các thị trường tiêu thụ khác nhau.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

UBND xã Vân Thủy, 2021. Biểu tổng hợp tình hình chăn nuôi của xã Vân Thủy các năm 2018, 2019 và 2020.

HTX nuôi ong lấy mật xã Vân Thủy, 2021. Báo cáo kết quả kinh doanh của hợp tác xã năm 2021.

Đại học Khoa học – Đại học Thái Nguyên, 2020. Báo cáo tổng hợp kết quả đề tài “Nghiên cứu giá trị dinh dưỡng, dược học của mật ong hoa ngũ gia bì tại huyện Chi Lăng, tỉnh Lạng Sơn”.