

Phân tích chuỗi Giá trị Bơ Đắk Lắk

Nghiên cứu được uỷ nhiệm bởi:

Chương trình Phát triển MPI-GTZ
SME



Được chuẩn bị bởi:

Fresh Studio Innovations Asia Ltd.

www.freshstudio.biz



Với sự hợp tác của:

Sở Khoa học & Công nghệ Đắk Lắk (DOSTE)

Trung tâm Ứng dụng Khoa học và Công nghệ (CSTA)

Viện Khoa học Kỹ thuật Nông Lâm nghiệp Tây Nguyên (WASI)

Trường Đại học Tây Nguyên

Hội Nông Dân Đắk Lắk

Trung tâm Khuyến Nông Đắk Lắk (AEC)

Quản trị tài liệu

Lịch sử thay đổi

Ngày	Tác giả	Phiên bản	Thay đổi
1: 9-2006	Siebe van Wijk	1.0	Phiên bản 1.0
2: 10-2006	Tran Mai Huong	2.0	Phiên bản 2.0
3:			
4:			
5:			

Phân phối

Phiên bản sao chép	Tên	Tổ chức	Địa điểm
1	Thomas Finkel	GTZ	Hà Nội
2	Cao Thanh Vân	GTZ	Hà Nội
3	Trần Đức Minh	DOSTE	BMT
4			
5			

Chỉnh biên

Tên	Chức năng
1	
2	
3	



Nhóm phân tích chuỗi giá trị bơ

Mục lục

1	Giới thiệu.....	1
1.1	Quy mô nghiên cứu	1
1.2	Mục đích	1
1.2.1	Cấu trúc báo cáo	2
2	Phương pháp luận.....	3
2.1	Phương pháp.....	3
2.2	Nhóm phân tích	5
2.3	Địa điểm.....	6
2.4	Lịch làm việc.....	7
2.5	Thành viên được phỏng vấn	8
2.6	Khoảng cách.....	9
3	Tổng quan về thị trường bơ thế giới.....	10
3.1	Giới thiệu	10
3.2	Tình hình sản xuất trên thế giới	12
3.3	Kinh doanh bơ trên thế giới	13
3.4	Những sản phẩm từ bơ	15
4	Ngành bơ Đắk Lắk	17
4.1	Giới thiệu	17
4.2	Việt Nam.....	17
4.3	Tỉnh Đắk Lắk.....	18
4.3.1	Lịch sử.....	18
4.4	Chuỗi bơ.....	19
4.5	Kích cỡ ngành bơ	22
4.6	Giống bơ.....	24
5	Các thành phần trong chuỗi	26
5.1	Nông dân	26
5.1.1	Năng suất	26
5.1.2	Vòng đời cây hàng năm	27
5.1.3	Sâu và bệnh.....	27
5.1.4	Quản lý	28
5.1.5	Lợi ích.....	30
5.1.6	Các nhóm nông dân.....	30
5.1.7	Vấn đề và giải pháp	31
5.2	Nghiên cứu & Mở rộng	32
5.2.1	WASI	32
5.2.2	SIAEP	34
5.2.3	Trường Đại học Nông lâm Thủ Đức.....	35
5.2.4	EACIDC	35
5.2.5	Trung tâm Khuyến nông Đắk Lắk	36
5.2.6	Trung tâm khuyến nông Krong Ana	39
5.2.7	Trung tâm giống cây trồng và vật nuôi Đắk Lắk.....	40
5.3	Nhà sản xuất cây giống	41
5.4	Nhà cung cấp vật tư hoá chất nông nghiệp	41
5.5	Người thu gom.....	42
5.5.1	Nguồn hàng	42
5.5.2	Chỉ số chín.....	43
5.5.3	Thu hoạch.....	43
5.5.4	Lãi suất	44
5.5.5	Khó khăn & mong muốn	46
5.6	Người bán buôn ở Đắk Lắk	46
5.6.1	Phân nhóm	46
5.6.2	Người cung cấp	47

5.6.3	Phân loại và đóng gói	47
5.6.4	Vận chuyển.....	48
5.6.5	Khối lượng và thị trường.....	48
5.6.6	Người mua.....	50
5.6.7	Lợi nhuận.....	50
5.6.8	Khó khăn và cơ hội.....	53
5.7	Người bán buôn ở tp.HCM	53
5.7.1	Tổng quan.....	53
5.7.2	Phân loại.....	54
5.7.3	Hao hụt sau thu hoạch.....	56
5.7.4	Lợi nhuận.....	57
5.7.5	Khó khăn và cơ hội.....	57
5.8	Người bán buôn ở Hà Nội.....	58
5.8.1	Lịch sử.....	58
5.8.2	Nguồn hàng & lượng bán.....	58
5.8.3	Hao hụt sau thu hoạch.....	59
5.8.4	Lợi nhuận.....	59
5.8.5	Khó khăn & cơ hội	59
5.9	METRO Cash & Carry	60
5.10	Người xuất khẩu	61
5.11	Người bán lẻ.....	62
5.11.1	Khó khăn & cơ hội	64
5.12	Người tiêu dùng.....	64
5.12.1	Trở ngại & cơ hội.....	66
6	Phân tích bờ sau thu hoạch.....	67
6.1	Phương pháp.....	67
6.2	Kết quả	68
6.3	Chất lượng.....	68
6.4	Quan sát	70
7	Kết luận & Kiến nghị.....	72
7.1	Phát triển thị trường.....	72
7.2	Thương hiệu chất lượng.....	73
7.3	Vườn quả nhỏ.....	74
7.4	Cây bơ giống	75
7.5	Các phương pháp canh tác	76
7.6	Thu hoạch.....	76
7.7	Phân loại, làm sạch và đóng gói	77
7.8	Bảo quản lạnh & vận chuyển	78
7.9	Dầu bơ.....	78
7.10	Đối tác	78
8	Tài liệu tham khảo.....	80
Phụ lục 1 Khái quát chung về các công cụ trong Hộp công cụ RDA.....		82
Phụ lục 2 Danh mục công việc		84
a.	Địa điểm.....	86
b.	Số năm kinh doanh.....	86
c.	Loại mặt hàng kinh doanh.....	86
d.	Những hoạt động khác ngoài kinh doanh bơ	86
e.	Tính mùa vụ trong hoạt động kinh doanh bơ của tư thương.....	86
f.	Số nhân viên (nếu có).....	86
a.	Địa điểm.....	90
b.	Số năm kinh doanh.....	90
c.	Loại mặt hàng đầu vào và các sản phẩm khác đang kinh doanh.....	90

Danh mục bảng biểu

Bảng 1 Nhóm phân tích chuỗi giá trị bơ trái	6
Bảng 2 Thời gian biểu chuyến đi thực địa	8
Bảng 3 Số lượng các thành phần tham gia thảo luận nhóm tập trung và khảo sát bổ sung	9
Bảng 4 So sánh giữa 3 chủng bơ	11
Bảng 5 Chuỗi sản xuất so với chuỗi giá trị	22
Bảng 6 Kích cỡ ước tính của ngành bơ Đắk Lắk	23
Bảng 7 Giá định được sử dụng để tính kích cỡ vùng bơ Đắk Lắk	23
Bảng 8 Năng suất của một cây bơ	26
Bảng 9 Chu trình bơ hàng năm	27
Bảng 10 Những vấn đề về sâu, bệnh, và nấm chính trong các giai đoạn khác nhau của cây bơ	28
Bảng 11 Dòng thời gian về những nghiên cứu do WASI tiến hành chú trọng tới cây bơ	33
Bảng 12 Nhận thức của các nhà nghiên cứu WASI đối với điểm mạnh và điểm yếu của ngành bơ Đắk Lắk	34
Bảng 13 Lợi nhuận (đồng/tấn) của một người thu gom không phân loại và chỉ mua Bơ Nước4	44
Bảng 14 Lợi nhuận (đồng/tấn) của một người thu gom chuyên nghiệp có phân loại quả	45
Bảng 15 Thị trường bơ Đắk Lắk theo thông tin mà người bán buôn ở Đắk Lắk cung cấp	48
Bảng 16 Lợi nhuận trên 1 tấn bơ của người bán buôn ở huyện	51
Bảng 17 Lợi nhuận trên 1 tấn bơ của người bán buôn ở BMT	51
Bảng 18 Lợi nhuận của người bán buôn ở tp.HCM	57
Bảng 19 Lợi nhuận của người bán buôn ở Hà Nội	59
Bảng 20 Tổng quan về các hoạt động được thực hiện trong khi phân tích cả quá trình từ thu hoạch đến nguồn cung cuối cùng tới người tiêu dùng	67
Bảng 21 Trọng lượng của các sọt bơ mẫu tại điểm xuất phát ở BMT và điểm đến ở tp.HCM	68
Bảng 22 Quá trình xử lý từ người thu gom đến người bán buôn ở BMT	70

Danh mục Biểu đồ

Hình 1 Người thu gom bơ trái tại tỉnh Đắk Lắk	2
Hình 2 Thảo luận nhóm với những người bán buôn tại huyện về chất lượng bơ	4
Biểu đồ 3 Phương pháp sử dụng trong phân tích chuỗi bơ	4
Biểu đồ 4 Nhãn dinh dưỡng của giống Bơ California Hass	10
Biểu đồ 5 Diện tích thu hoạch bơ trái	12
Biểu đồ 6: Sản lượng bơ trên thế giới	13
Biểu đồ 7 Xuất khẩu bơ trên thế giới	13
Biểu đồ 8 Nhập khẩu bơ thế giới	14
Biểu đồ 9 Giá xuất khẩu bơ của những nước xuất khẩu hàng đầu	15
Hình 10 Những người thu gom tại Đắk Lắk	19
Biểu đồ 11 Bản đồ chuỗi bơ tại Đắk Lắk	20
Biểu đồ 12 Tỷ phần buôn bán của người bán buôn Đắk Lắk trong vụ chính năm 2005 theo địa điểm kinh doanh của họ	20
Hình 13 Các giống bơ khác nhau	25
Hình 14 Quả bơ từ cây mẹ và cây con	28
Hình 15 Xe khách BMT-Hà Nội với các sọt bơ trên nóc xe và trên các sọt bơ là 1 chiếc xe máy	49
Hình 16 Mua bơ ở METRO tp.HCM	65
Hình 17 Người bán buôn phân loại bơ	66
Biểu đồ 18 Đường đi của bơ từ thu hoạch đến tiêu dùng	68
Biểu đồ 19 Ghi chép nhiệt độ của bơ trong suốt quá trình vận chuyển từ vựa ở BMT đến người bán lẻ ở tp.HCM	69
Hình 20 Vợt hái bơ	69

Danh mục Hộp

Hộp 1 Nghiên cứu trường hợp về một người thu gom bơ nhỏ, ông Y Drung	45
Hộp 2 Nghiên cứu điểm - chị Lan, một người bán buôn của huyện tại thị trấn Phước	

An, huyện Krong Pak	49
Hộp 3 Nghiên cứu điểm một người bán buôn ở Buôn Ma Thuật.....	51
Hộp 4 Nghiên cứu điểm về một người bán buôn ở chợ Hóc Môn.....	54
Hộp 5 Một ngày đêm bán hàng của một người bán rong ở quận Gò Vấp tp.HCM.....	63
Hộp 6 Một quán cà phê sinh tố	64
Hộp 7 Một khách hàng mua bơ ở tp.HCM	65

1 Giới thiệu

1.1 Quy mô nghiên cứu

Nghiên cứu này được thực hiện trong khuôn khổ Chương Trình Phát triển Doanh Nghiệp Vừa và Nhỏ của GTZ và Bộ Kế hoạch & Đầu Tư (MPI). Chương trình SME tập trung vào việc cải thiện môi trường kinh doanh để phát triển khu vực tư nhân và thúc đẩy vị trí trên thị trường của các SME trong một số ngành ưu tiên, đặc biệt ở những tỉnh xa trung tâm phát triển chính¹ (GTZ, 2005).

*Tập trung vào
bơ trái vì tiềm
năng thị
trường, phát
triển nông thôn,
và sức khoẻ*

Chương trình SME tại được do Ủy ban Phát triển kinh tế địa phương (LED) tại Đắk Lắk đại diện cho những liên đới chính của chính phủ Việt Nam. Dựa trên nghiên cứu ngành rau hoa quả trước đây tại Đắk Lắk², GTZ và LED đã chọn bơ làm sản phẩm nghiên cứu vì:

- ▶ Có tiềm năng thị trường lớn
- ▶ Là cây trồng có tiềm năng hấp dẫn để thúc đẩy sự phát triển nông thôn tại Đắk Lắk và đa dạng hoá ngành nông nghiệp do cây cà phê thống trị tại Đắk Lắk
- ▶ Tiềm năng giảm tình trạng suy dinh dưỡng về mặt chất lượng ở Việt Nam

GTZ-Việt Nam đề nghị Fresh Studio Innovations Asia:

- ▶ Tập huấn và hướng dẫn những đối tác địa phương³ tại Đắk Lắk thực hiện phân tích chuỗi giá trị bơ.
- ▶ Thực hiện phân tích chuỗi giá trị bơ
- ▶ Tổ chức một hội thảo phát triển chương trình hành động với các liên đới ngành bơ chủ đạo

Kết quả của đợt làm việc này sẽ giúp GTZ và LED sử dụng những kết quả của bài tập để phát triển một kế hoạch hành động giúp ngành bơ Đắk Lắk tăng cường khả năng cạnh tranh của mình.

1.2 Mục đích

Mục đích tổng quát của Phân Tích Chuỗi Giá trị Bơ (ACA) là:

Tạo ra hiểu biết chung giữa các liên đới bơ chủ chốt và phát triển một chương trình can thiệp dựa trên thị trường vì sự phát triển của một ngành bơ có khả năng cạnh tranh hơn và thành công hơn, trong đó các thành phần của chuỗi giá trị bơ đều được hưởng lợi.

Để đạt được mục tiêu này Fresh Studio đã chia công việc theo bốn gói công việc như sau (WP):

WP1: Phân tích ngành bơ

WP2: Đào tạo và chuẩn bị cho nhóm phân tích chuỗi giá trị Đắk Lắk

WP3: Thực hiện phân tích chuỗi giá trị

WP4: Phát triển kế hoạch hành động can thiệp

¹ Xem thêm thông tin tại: <http://www.sme-gtz.org.vn/>

² Có thể tham khảo nghiên cứu này tại: <http://www.sme-gtz.org.vn/>

³ Sở Khoa học và Công nghệ (DOSTE), WASI, Trung tâm Ứng Dụng Khoa học và Công nghệ, Trung tâm Khuyến Nông Đắk Lắk, Trường Đại học Tây Nguyên.

Trong báo cáo này chúng tôi trình bày lại kết quả của WP1 và WP3. Những kết quả của khoá tập huấn (WP2) và hội thảo kế hoạch hành động được trình bày trong những báo cáo khác.

1.2.1 Cấu trúc báo cáo

Báo cáo bắt đầu với việc giải thích các phương pháp, thời gian biểu và phương pháp luận mà chúng tôi đã sử dụng trong nghiên cứu này. Chương 3 trình bày vấn đề về thị trường bơ thể giới và các mục đích sử dụng bơ. Tổng quan này dựa trên nguồn tài liệu thứ cấp và cung cấp những ý tưởng về tiềm năng của ngành bơ. Sau đó chúng tôi sẽ trình bày kết quả của đợt thực địa. Chúng tôi đã đưa ra tổng quan về ngành bơ Việt Nam. Sau đó chương này sẽ trình bày tập trung vào chuỗi giá trị bơ Đắk Lắk. Cấu trúc được giải trình thông qua việc sử dụng bản đồ chuỗi. Bản đồ này bao gồm tổng quan về những thành phần quan trọng nhất của chuỗi và chức năng của họ. Chương tiếp theo trình bày phân tích chi tiết về từng thành phần trong chuỗi. Phân tích này bao gồm những thông tin về đặc điểm, lợi nhuận, khó khăn chính và ý kiến của từng thành phần về các giải pháp khả thi. Chương 6 trình bày kết quả của phân tích dòng sản phẩm bơ từ người nông dân đến người tiêu dùng và công tác đo đạc nhiệt độ. Chúng tôi khép lại báo cáo bằng những kết luận và kiến nghị chủ chốt về những việc cần làm để thúc đẩy sự phát triển của một chuỗi giá trị bơ thực.

Hình 1 Người thu gom bơ trái tại tỉnh Đắk Lắk



2 Phương pháp luận

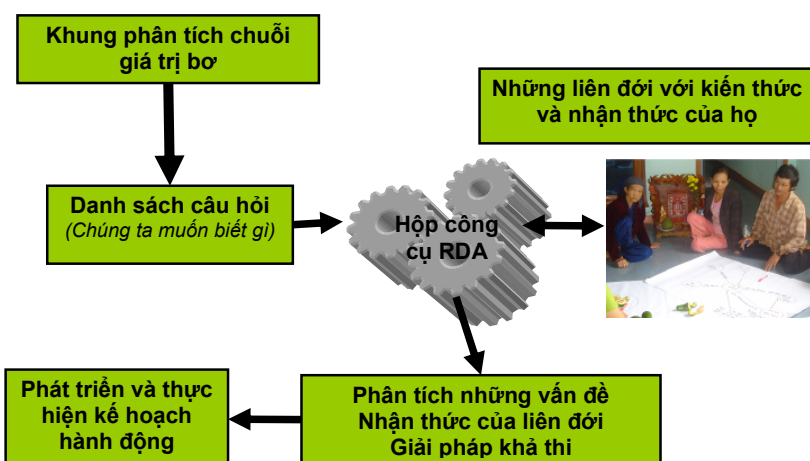
2.1 Phương pháp

<i>Phân tích chuỗi thị trường</i>	<p>Những phương pháp luận chính được chúng tôi sử dụng là phương pháp <i>tiếp cận</i> phân tích chuỗi thị trường và phương pháp đánh giá nhanh có <i>chân đoán</i> (RDA). Phương pháp <i>tiếp cận</i> chuỗi thị trường được sử dụng để miêu tả những mối liên kết giữa các tác nhân và những giao dịch tham gia vào quá trình vận chuyển bơ trái từ người trồng bơ đến người tiêu dùng (Lundy <i>et al.</i>, 2006). Phương pháp này buộc nhóm phân tích phải nhìn vào <i>tất cả các bước</i> và các tác nhân từ khâu trồng cây bơ đến khâu tiêu thụ sản phẩm cuối cùng.</p>
<i>Đánh giá Nhanh có chân đoán</i>	<p>Để có thể phân tích những gì đang diễn ra quanh chuỗi bơ trái, chúng tôi sử dụng phương pháp đánh giá nhanh RDA. RDA là thành viên của một gia đình lớn của những phương pháp Đánh giá Nhanh Nóng thốn có Sự Tham gia. Một phương pháp RDA được thực hiện có hiệu quả cho phép người ta phân tích những khó khăn, đưa ra các giải pháp và thực hiện giải pháp đó. RDA là một quá trình và phương pháp dùng để hiểu tình huống, điều kiện và nhận thức của các tác nhân khác nhau trong chuỗi giá trị thị trường (<i>Biểu đồ 3</i>).</p>
<i>Để các tác nhân tự phân tích</i>	<p>Những nguyên lý cốt lõi của RDA là:</p> <ul style="list-style-type: none">▶ <u>Hoán đổi vai trò</u>: những người trồng/tư thương/người tiêu dùng là những chuyên gia chứ không phải các nhà nghiên cứu là chuyên gia▶ <u>Phép đặc tam giác</u>: RDA sử dụng những phương pháp, nguồn liệu, những nguyên tắc và địa điểm sao cho có thể kiểm tra chéo thông tin để đạt độ chính xác cao nhất▶ <u>Sự mơ hồ tối ưu và tính không chính xác hợp lý</u>: Không cố gắng tìm hiểu nhiều hơn những gì cần tìm. Thường chỉ cần tìm hiểu các xu hướng, điểm, và phân hạng.▶ <u>Tiếp xúc trực tiếp</u>: người điều tra ở tại địa bàn và trải nghiệm suốt các giai đoạn của chuỗi giá trị▶ <u>Tự nhận thức và cư xử theo cách phê bình</u>: Yêu cầu các nhà điều tra đặt câu hỏi về những giá trị của riêng họ, những thiên vị, và những lỗi mắc phải <p><u>Học nhanh và tiến bộ</u>: Phương pháp RDA rất linh hoạt, có tính khám phá, tác động qua lại và cải tiến.</p>

Hình 2 Thảo luận nhóm với những người bán buôn tại huyện về chất lượng bơ



Biểu đồ 3 Phương pháp sử dụng trong phân tích chuỗi bơ



Sử dụng các công cụ RDA

Hộp công cụ RDA bao gồm tất cả những công cụ có thể sử dụng bởi nhóm người thúc đẩy để khuyến khích các tác nhân chia sẻ những ý kiến của họ và phân tích một vấn đề nhất định. Ví dụ: dòng thời gian được dùng để phân tích lịch sử canh tác của cây bơ. Hay biểu đồ hình bánh được sử dụng để hiểu thêm về các giống bơ sẵn có. Phụ chương 1 trình bày tổng quan về các công cụ RDA mà chúng tôi đã sử dụng.

Danh mục câu hỏi

Bước quan trọng nhất trong quá trình chuẩn bị cho chuyến thực địa là quyết định xem thông tin nào chúng ta muốn thu thập, công cụ nào có thể sử dụng để thu được thông tin đó và sự phân chia công việc giữa các thành viên trong nhóm phân tích. Danh sách câu hỏi mà chúng tôi sử dụng được trình bày trong phụ chương 2.

Phương pháp phân tích chuỗi có sự tham gia CIAT

Phương pháp của chúng ta có thể so sánh tốt nhất với phương pháp Phân tích Chuỗi có Sự tham gia được miêu tả trong hướng dẫn thực địa CIAT tiêu đề: "Tăng cường khả năng cạnh tranh của các chuỗi Thị trường của người sản xuất quy mô hộ gia đình" do Lundy và cộng sự biên soạn (2006). Sự khác biệt duy nhất là chúng tôi cũng dành thời gian để điều tra các chủ đề khác như: tìm hiểu hệ thống canh tác bơ vì hiện có rất ít thông tin về ngành bơ ở Việt

	Nam.
<i>Các phương pháp sau thu hoạch</i>	Bên cạnh điều tra RDA, chúng tôi cũng thực hiện một số công việc nhằm hiểu sâu hơn về tình hình chất lượng bơ suy giảm từ khi thu hoạch đến khi giao hàng cho người tiêu dùng cuối cùng tại tp.HCM. Một máy đo nhiệt độ không khí và cùi bơ đã được đặt trong một giỏ bơ làm mẫu ngay sau khi thu hái ⁴ . Máy đo thông số đã ghi lại nhiệt độ 30 phút một lần cho đến khi bơ đến được với người tiêu dùng cuối cùng tại tp.HCM.
<i>Ước tính kích cỡ ngành bơ Đắk Lắk</i>	Dựa trên những số liệu mà chúng tôi thu thập được nhờ phương pháp RDA, chúng tôi đã ước tính kích cỡ của ngành bơ. Những con số về số người trồng bơ, người thu gom, người bán buôn và khối lượng lưu thương có thể tính được dựa trên một số giả định.
<i>Một cuộc khảo sát thêm</i>	Những con số này dẫn đến một thảo luận trong nhóm và chúng tôi quyết định thực hiện một khảo sát ngắn chính thức giữa các hộ bán buôn tại những vùng sản xuất quan trọng nhất của tỉnh Đắk Lắk.
<i>Ước tính ngành bơ cho các nhà lập chính sách</i>	Lý do để của nỗ lực ước tính chính xác hơn độ lớn vốn có của ngành bơ Đắk Lắk là để cung cấp bằng chứng cho chính quyền tỉnh Đắk Lắk rằng ngành bơ rất quan trọng đối với một số lượng lớn người dân. Việc này cũng giúp đánh giá các đầu tư của nhà nước để chuyên nghiệp hoá ngành bơ.
<i>Điều tra 98 hộ bán buôn bơ</i>	Khảo sát này là một danh sách câu hỏi ngắn khoảng 10 câu hỏi mở nhằm tìm kiếm thông tin về khối lượng lưu thương, phân loại bơ trái và điểm đến của trái bơ. Cuộc khảo sát này điều tra 98 hộ bán buôn tại thành phố Buôn Ma Thuột và các huyện bán buôn chính của tỉnh Đắk Lắk.

2.2 Nhóm phân tích

<i>Nhóm đa ngành</i>	Phân tích chuỗi giá trị bơ trái được thực hiện bởi nhóm nghiên cứu của công ty tư vấn Fresh Studio Innovations Asia, Sở khoa học & Công nghệ Đắk Lắk (DOSTE), Viện Khoa học Nông Lâm Tây Nguyên (WASI), Trung Tâm Ứng dụng Khoa học và Công nghệ (CSTA), Trường Đại học Tây Nguyên, và một nông dân đồng thời là chủ tịch hội nông dân huyện. Phân tổng quan trình bày thông tin về nhóm thực hiện AVA.
----------------------	---

⁴Sọt tre được dùng để vận chuyển, mỗi sọt chứa 100 kg bơ

Bảng 1 Nhóm phân tích chuỗi giá trị bơ trái

Tên	Tổ chức	Giới tính
Trịnh Đức Minh	DOSTE	Nam
Nghiêm Thị Minh Thu	CSTA	Nữ
Huỳnh Ngọc Tú	CSTA	Nam
Trần Đức Hiền	CSTA	Nam
Nguyễn Văn Tám	Hội Nông dân	Nam
Trần Thị Minh Huệ	WASI	Nữ
Đỗ Thị Bích Mỹ	CSTA	Nữ
Y Lem Niê	CSTA	Nam
Lâm Thị Bích Lệ	Trường Đại học Tây Nguyên	Nữ
Phan Thị Hoài Thương	Trường Đại học Tây Nguyên	Nữ
Đào Hữu Hiền	WASI	Nam
Dương Ngọc Đức	Trung tâm khuyến nông Đắk Lắk (AEC)	Nam
Siebe van Wijk	Fresh Studio	Nam
Cù Thị Lệ Thủy	Fresh Studio	Nữ
Phạm Văn Hội	Fresh Studio	Nam
Medy Vilamor	Fresh Studio	Nữ
Cao Hồng Luyến	Fresh Studio	Nữ
Trần Mai Hương	Fresh Studio	Nữ
Đào Thanh Hương	Fresh Studio	Nữ

2.3 Địa điểm

Chuyến thực địa RDA đã được thực hiện tại một số địa phương sau:

Các địa điểm nghiên cứu

- Tỉnh Đắk Lắk:
 - Thành phố Buôn Ma Thuột
 - Huyện Buôn Ma Thuột
 - Huyện Krông Ana
 - Huyện Krông Pak
 - Huyện Cu M'gar
- Đắk Lắk → tp.HCM: Đi theo xe chở bơ từ lúc thu hái đến người tiêu dùng cuối cùng
- Thành phố Hồ Chí Minh
- Hà Nội

4 huyện trồng bơ chính ở Đắk Lắk

Tại tỉnh Đắk Lắk, chúng tôi tập trung vào 4 huyện sản xuất bơ chính và thành phố Buôn Ma Thuột - thủ phủ của Đắk Lắk – đầu mối giao thương chính nơi mà từ đó bơ được vận chuyển tới khắp các tỉnh thành Việt Nam.

Đi theo xe chở bơ từ vườn đến người tiêu dùng

Để hiểu rõ hơn lý do bơ bị hỏng, nhóm phân tích chuỗi bơ đã đi theo những quả bơ từ lúc thu hái cho đến lúc đến với người tiêu dùng cuối cùng tại thành phố HCM. Điều đó có nghĩa là nhóm đã phải thức làm việc liên tục hơn 24 tiếng đồng hồ.

Điểm nghiên cứu tại tp.HCM

Tại thành phố Hồ Chí Minh, chúng tôi đã đến một số chợ đầu mối chính như Thủ Đức, Hóc Môn, siêu thị Metro, một vài chợ bán lẻ, người xuất khẩu, các quán cà phê sinh tố, Viện Công nghệ Sau thu hoạch SIAEP và Trường Đại học Nông lâm Thủ Đức.

Hà Nội

Tại Hà Nội, nhóm nghiên cứu của Công ty Fresh Studio đã phỏng

- Điều tra bổ sung tại 8 huyện ở Đắk Lắk
- vấn những người bán buôn tại chợ Long Biên và một vài người bán lẻ đến mua ở chợ này.
- Một cuộc điều tra bổ sung được thực hiện tại
- Thành phố Buôn Ma Thuột
 - Huyện Krong Ana
 - Huyện Cư M'gar
 - Huyện Krong Buk
 - Huyện Krong Nan
 - Huyện Krong Pak
 - Huyện Ea Kar
 - Huyện Ea Hleo

2.4 Lịch làm việc

- Chuẩn bị
- Nhóm Fresh Studio bắt đầu chuẩn bị từ giữa tháng 6, bao gồm các cuộc phỏng vấn với những tư thương và người bán lẻ tại Hà Nội. Trước tuần tập huấn tại BMT, nhóm Fresh Studio đã vào thành phố HCM trước vài ngày để thực hiện một số cuộc phỏng vấn với người bán buôn và bán lẻ. Trong quá trình phỏng vấn, nhóm cũng đã hẹn gặp những thành phần khác nhau trong chuỗi trong chuyến thực địa sẽ được thực hiện cùng nhóm Đắk Lắk vào tuần đầu tiên của tháng 7.
- Tập huấn
- Công việc tại Đắk Lắk bắt đầu với hội thảo tập huấn và lập kế hoạch trong 5 ngày với 22 học viên. Ngay sau đó là chuyến đi thực địa từ ngày 1 đến ngày 9 tháng 7. Ngày 5 và 6 tháng 7 nhóm phân tích đã theo xe chở bơ từ vườn cây tại Đắk Lắk xuống đến thành phố HCM.

Biểu đồ 2 Thời gian biểu cho các công đoạn trong Phân tích Chuỗi Bơ



Thời gian biểu chuyến đi thực địa. Bảng 2 trình bày lịch làm việc của chúng tôi trong chuyến đi thực địa. Thời gian biểu này đảm bảo rằng những thông tin thu được sẽ

địa được đưa vào báo cáo ngay và được trao đổi và kiểm tra chéo giữa các nhóm. Phép đặc tam giác thông tin này đặc biệt quan trọng và tối đa hoá hiệu quả hiểu biết của các thành viên trong nhóm. Mỗi một nhóm nhỏ có những chủ đề khác nhau qua từng ngày, ví thể việc trình bày lại trước các nhóm khác sẽ làm nổi rõ toàn bộ bức tranh cho cả nhóm chính.

Bảng 2 Thời gian biểu chuyển đi thực địa

Thời gian	Hoạt động
7:30 – 11:30	Thực địa
12:00 – 14:00	Nghỉ ăn trưa
14:00 – 16:00	Các nhóm nhỏ viết báo cáo kết quả
16:00 – 17:00	Mỗi nhóm nhỏ trình bày lại kết quả trước các nhóm khác
17:00 – 19:00	Nghỉ ăn tối
19:00 – 20:00	Các nhóm nhỏ chuẩn bị cho ngày hôm sau

Sau khi nghiên cứu RDA kết thúc tại thành phố HCM, nhóm nghiên cứu tại Đắk Lắk đã thực hiện một cuộc khảo sát những người bán buôn ở Đắk Lắk, trong khi đó nhóm Fresh Studio tại Hà Nội tổng hợp các báo cáo hàng ngày và dịch sang tiếng Anh.

Những báo cáo hàng ngày được phân tích và tóm tắt trong 14 áp phích và được trình bày tại hội thảo liên đới tại Buôn Ma Thuột.

2.5 Thành viên được phỏng vấn

Phỏng vấn 224 người

Trong suốt quá trình đánh giá nhanh, nhóm phân tích đã gặp gỡ và phỏng vấn 126 người trong chuỗi giá trị tại những địa phương khác nhau và phỏng vấn thêm 98 người bán buôn tại tỉnh Đắk Lắk trong một cuộc khảo sát nhỏ (Bảng 3). Tổng số có 224 người đã chia sẻ ý kiến của họ về ngành bơ với chúng tôi, chỉ trong một thời gian ngắn đã chỉ ra được tầm quan trọng của công việc mà dựa vào đó báo cáo này được hoàn thiện.

Bảng 3 Số lượng các thành phần tham gia thảo luận nhóm tập trung và khảo sát bổ sung

126 người trong đợt điều tra RDA và 98 tư thương trong đợt khảo sát

Thành phần tham gia	Đắk Lắk	Tp.HC M	Hà Nội	Tổng số
Nông dân	33			33
Nhà cung cấp đầu vào	4			4
Nghiên cứu và khuyến nông	10	5		15
Người thu gom	10			10
Người bán buôn	20 + 98 ^{a)}	10	5	133
METRO		2		2
Người xuất khẩu		2		2
Người vận chuyển	5			5
Người bán lẻ		13	2	15
Cửa hàng Sinh Tố Bơ		1		1
Người tiêu dùng		2	2	4
Tổng	82 + 98 ^{a)}	35	9	224

^{a)} Phỏng vấn trong đợt điều tra bổ sung

2.6 Khoảng cách

Nhìn lại...

Mặc dù chúng tôi đã tiếp xúc được với một số lượng khá lớn các thành phần của chuỗi nhưng chúng tôi vẫn xác định được một vài “khoảng cách giữa các thành phần”. Điều đó có nghĩa là chúng tôi chưa thực hiện được những cuộc thảo luận nhóm tập trung với những thành phần sau đây:

Quá ít thảo luận với người tiêu dùng, quán sinh tố và người sản xuất sọt tre

- ▶ Số lượng người tiêu dùng sau cùng mà chúng tôi đã nói chuyện quá ít. Thay vào đó, phần lớn chúng tôi dựa vào ý kiến và kinh nghiệm của những người bán lẻ, vì hàng ngày họ tiếp xúc với rất nhiều khách hàng.
- ▶ Chúng tôi cũng tiếp xúc với quá ít quán sinh tố bơ. Vì bơ ở Việt Nam chủ yếu được dùng làm sinh tố bơ nên chúng tôi rất muốn phỏng vấn nhiều chủ quán sinh tố bơ hơn.
- ▶ Một trong những người cung cấp dịch vụ kinh doanh cho ngành bơ là những người sản xuất sọt tre để sử dụng cho việc vận chuyển bơ. Một người cung cấp dịch vụ khác mà chúng tôi không nói chuyện được là những người bán giấy các tông cũ. Giấy các tông được sử dụng cùng với sọt tre để đóng gói bơ.

Chúng tôi không cho là những khoảng cách này hạn chế khả năng đưa ra các đề xuất và thiết kế một chương trình hành động can thiệp của chúng tôi. Tuy nhiên trong pha tiếp theo, cần quan tâm đến việc dành thêm thời gian tiếp xúc với “những nhà cung cấp dịch vụ đóng gói”.

Những khoảng cách này là hậu quả của việc chúng tôi lựa chọn ưu tiên trong một thời gian ngắn. Trong phần kiến nghị của báo cáo này, chúng tôi đề xuất việc tìm hiểu kỹ hơn về những lựa chọn ưu tiên đối với trái bơ thông qua một nghiên cứu về người tiêu dùng cụ thể và riêng biệt.

3 Tổng quan về thị trường bơ thế giới

3.1 Giới thiệu

Trái cây tốt nhất cho sức khoẻ trên thế giới

Bơ là trái cây rất đặc biệt và khác hẳn với những loại trái cây khác vì nó chứa hàm lượng dầu và protein cao. Bơ là trái cây duy nhất bao gồm những thành phần sau: protein, chất béo, vitamin, chất khoáng, muối, đường trong carbohydrates, và nước.

Giá trị calarofic cao gấp 3 lần chuối và bằng 50% một miếng thịt bò bit tết

Bơ cung cấp từ 150 đến 300 calo trên 100 gr, nó tạo ra một nguồn thức ăn dinh dưỡng quan trọng và là một trong những trái cây bổ dưỡng nhất trên thế giới. Trái bơ đã được ghi tên trong sách kỷ lục thế giới Guinness là trái cây giàu dinh dưỡng nhất trên thế giới. Nó có giá trị calarofic cao gấp 3 lần quả chuối và bằng 50% một miếng thịt bit tết.

14 loại vitamin và khoáng chất thiết yếu

Những lý do khác khiến trái bơ là trái cây dinh dưỡng nhất:

- ▶ Gồm 14 loại vitamin và khoáng chất cần thiết
- ▶ Không có Cholesterol và natri
- ▶ Có các chất béo không no (tốt cho sức khỏe)
- ▶ Có chất beta-sitosterol giúp giảm cholesterol
- ▶ Có chất folate đặc biệt tốt cho phụ nữ mang thai (giúp giảm nguy cơ nứt đốt sống)
- ▶ Có kali chống lão hoá
- ▶ Là nguồn giàu glutathione giúp chống lại chất sinh ung thư

Chứa folate

Bơ trái là nguồn trợ giúp cho việc giảm suy dinh dưỡng

Vì thế không có gì ngạc nhiên khi trái bơ là trái cây phổ biến nhất với những người ăn chay.

Bơ trái có tiềm năng đóng vai trò quan trọng trong việc giảm suy dinh dưỡng của trẻ dưới 5 tuổi. Theo UNICEP (2006), trong năm 2005, vẫn còn 25% trẻ em Việt Nam dưới 5 tuổi bị suy dinh dưỡng. Mặc dù con số này là kết quả của nỗ lực cải thiện đáng kể khi so với con số 51% năm 1985 nhưng vẫn cao hơn rất nhiều so với Trung Quốc (8%).

Cây bơ bắt nguồn từ Mexico và trung Mỹ

Cây bơ bắt nguồn từ Mexico và Trung Mỹ. Những nhà thám hiểm Tây Ban Nha xa xưa đã ghi lại rằng cây bơ được trồng từ Mexico đến Peru. Nó được đưa vào Jamaica và Tây Ban Nha vào thế kỷ 17, đến California vào thế kỷ 19 (Gosh 1999). Tại Việt Nam cây bơ xuất hiện đầu tiên tại tỉnh Lâm Đồng do người Pháp đưa vào từ những năm 1940 (Nguyen và Vo, 1999)

Biểu đồ 4 Nhãn dinh dưỡng của giống Bơ California Hass

Nutrition Facts	
Serving Size 1/5 medium (30g/1.1 oz)	
Servings Per Container 5	
Amount Per Serving	
Calories 55	Calories from Fat 45
% Daily Value*	
Total Fat 5g	8%
Saturated Fat 1g	5%
Trans Fat 0g	
Polyunsaturated Fat 1g	
Monounsaturated Fat 3g	
Cholesterol 0mg	0%
Sodium 0mg	0%
Potassium 170mg	5%
Total Carbohydrate 3g	1%
Dietary Fiber 3g	12%
Sugars 0g	
Protein 1g	
Vitamin A 0%	Vitamin C 4%
Calcium 0%	Iron 0%
Vitamin E 4%	Thiamin 2%
Riboflavin 4%	Niacin 4%
Vitamin B6 4%	Folate 8%
Pantothenic Acid 4%	Phosphorus 2%
Magnesium 2%	Zinc 2%
Copper 2%	Manganese 2%
*Percent Daily Values are based on a 2,000 calorie diet. Your daily values may be higher or lower depending on your calorie needs.	
Calories: 2,000 2,500	
Total Fat	Less than 65g 80g
Saturated Fat	Less than 20g 25g
Cholesterol	Less than 300mg 300mg
Sodium	Less than 2,400mg 2,400mg
Potassium	3,500mg 3,500mg
Total Carbohydrate	300g 375g
Dietary Fiber	25g 30g

Source: Hội đồng Bơ California

Giống cây Tây Ấn Độ là tốt nhất tại Đắk Lắk

Hiện có 3 chủng loại bơ chính phần theo nguồn gốc và đặc tính phân biệt. Đó là chủng Tây Ấn Độ, chủng Guatemala và chủng Mexico (bảng 4). Như trình bày trong chương 4, tất cả các chủng đã được thử nghiệm tại Đắk Lắk vào những năm 50. Chủng Tây Ấn Độ là chủng tốt nhất, có thể do khí hậu nhiệt đới ở Đắk Lắk.

Bảng 4 So sánh giữa 3 chủng bơ

Đặc điểm	Giống Mexico	Giống Guatemala	Giống Tây Ấn
Cây			
Thích nghi khí hậu	Bán nhiệt đới	Cận nhiệt đới	Nhiệt đới
Khả năng chịu lạnh	Tốt nhất	Trung bình	Kém nhất
Khả năng chịu mặn	Kém nhất	Trung bình	Tốt nhất
Hairiness	Nhiều nhất	Ít hơn	Ít hơn
Leaf anisette	Xuất hiện	Không có	Không có
Màu lá	Trung bình	Thường màu đỏ	Xám hơn
Quả			
Tháng trưởng thành	6	12 hoặc hơn	5
Kích cỡ	Nhỏ	Khác nhau	Khác nhau
Cuống	Mảnh	Dày	Đầu móng tay
Độ dày của vỏ	Rất mỏng	Dày	Trung bình
Bề mặt vỏ	Sáp	Sù sì	Bóng
Kích cỡ hạt	Lớn	Nhỏ	Khác nhau
Hàm lượng dầu	Cao nhất	Cao	Thấp
Vị cùi	Có mùi vị	thường có vị đậm đà	Nhẹ

Nguồn: Bergh & Ellstrand, 1989 tại Requejo-Tapia 1999

Giống Hass chiếm lĩnh thị trường bơ trái thế giới

Các cây trồng bơ chính được gây từ các chủng loại này. Mặc dù có rất nhiều loại bơ nhưng giống Hass được trồng phổ biến và xuất khẩu nhiều nhất trên thế giới. Một trong những lý do của việc trồng phổ biến giống Hass là do giống Hass cho quả giàu dinh dưỡng, năng suất cao, tươi lâu và khả năng vận chuyển tuyệt hảo.

Chỉ có một vài khu vực trên thế giới đáp ứng được điều kiện về đất trồng và khí hậu cho trồng bơ như miền nam Tây Ban Nha, Israel, Nam Phi, Peru, miền Bắc Chile, Việt Nam, Indonesia, Úc, New Zealand, Hoa Kỳ, Philippines, Mexico và trung Mỹ (<http://en.wikipedia.org/wiki/Avocado>).

3.2 Tình hình sản xuất trên thế giới

Mexico là nước sản xuất nhiều bơ nhất

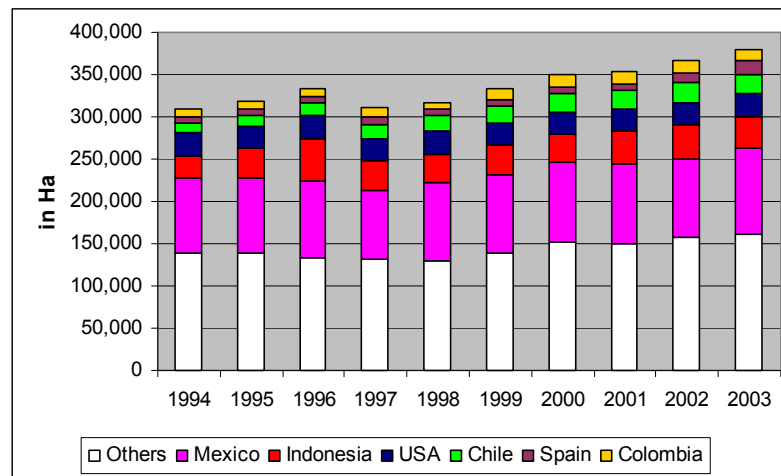
Việc trồng bơ thâm canh vì mục đích thương mại bắt đầu tại California và Florida vào những năm 1930 (USA), sau đó là Israel, Nam Phi và Chile. Những nước này cùng với Mexico, Colombia, Indonesia và Tây Ban Nha là những nước sản xuất chính. Từ năm 1994 đến 2003, diện tích thu hoạch đã tăng lên 23%, đặc biệt những vùng như Chile (103%), và Tây Ban Nha (105%) phát triển mạnh mẽ, trong khi đó diện tích bơ tại Mỹ lại giảm xuống (-4%).

Việt Nam chưa có trong danh sách của FAOSTAT

Mặc dù diện tích thu hoạch tại Nam Phi và Israel tương đối nhỏ nhưng hầu hết sản lượng của họ để phục vụ xuất khẩu. Chính vì thế sản xuất bơ đóng một vai trò quan trọng trong lưu thương quốc tế. Điều này trái ngược với Indonesia - một nước sản xuất bơ lớn hơn nhưng chỉ phục vụ cho việc tiêu thụ trong nước. Không có một số liệu nào về bơ của Việt Nam xuất hiện trong FAOSTAT.

Biểu đồ 5 Diện tích thu hoạch bơ trái

Diện tích thu hoạch của Chile và Tây Ban Nha tăng mạnh



Nguồn: FAOSTAT

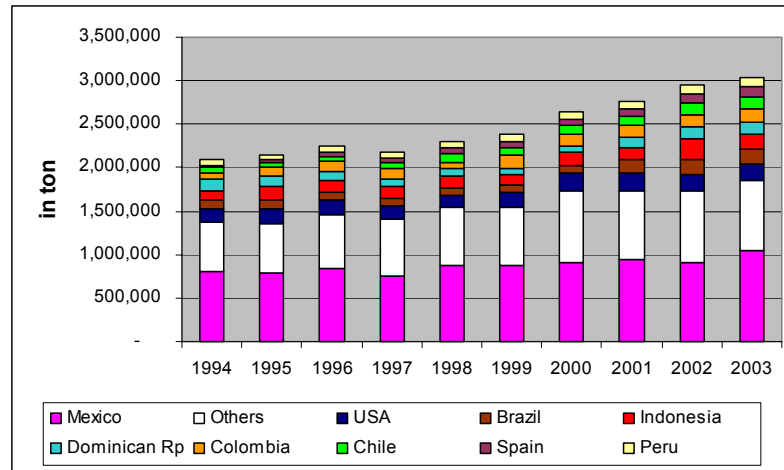
Sản lượng bơ thế giới > 3 triệu tấn

Sản lượng bơ trên thế giới năm 2003 là hơn 3 triệu tấn, trong đó Mexico sản xuất nhiều nhất (34%). Các nước khác đóng góp từ 3-7% tổng sản lượng trên thế giới. Chính nước được thể hiện trong biểu đồ 3, sản xuất được 73% trong tổng sản lượng bơ thế giới. Sản lượng bơ thế giới tăng 46% trong giai đoạn 1994-2003, đặc biệt tại Tây Ban Nha (296%) và Chile (133%) tăng nhanh chóng.

Biểu đồ 6: Sản lượng bơ trên thế giới

Mexico là nước sản xuất lớn nhất

Chín nước khác đóng góp 73 % tổng sản lượng trên thế giới



Nguồn: FAOSTAT, 2005

Một vài nước (Chilê, Nam Phi và Tây Ban Nha) có nền công nghiệp bơ tương đối trẻ, điều đó nói lên rằng một phần đáng kể cây ăn quả của họ chưa đạt được sản lượng lớn nhất. Nếu điều đó xảy ra thì giá thành giảm là điều tất yếu (Requejo-Tapia C. L., 1999).

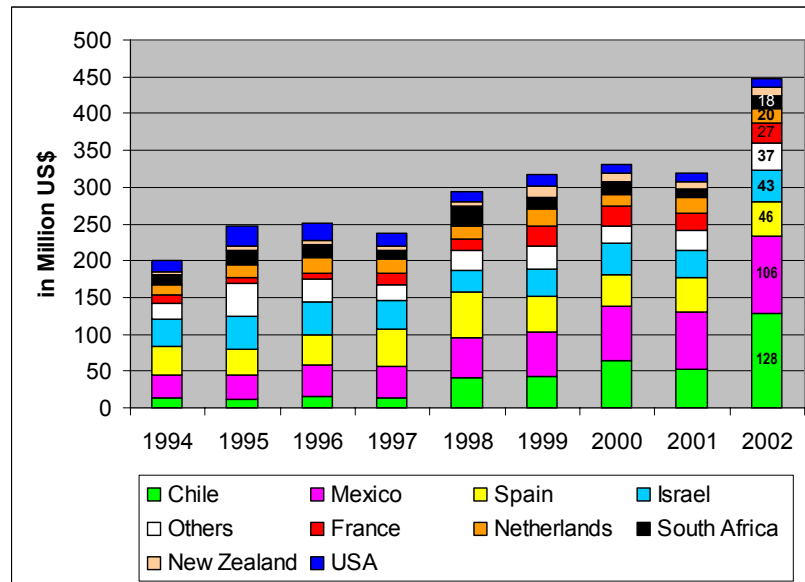
3.3 Kinh doanh bơ trên thế giới

Kinh doanh bơ trên thế giới năm 2002 đạt 448 triệu đô la Mỹ

Theo số liệu kinh doanh của FAOSTAT, tổng xuất khẩu bơ trái trên thế giới đã đạt tổng giá trị 448 triệu đô la Mỹ vào năm 2002. So với năm 1994 xuất khẩu thế giới đã tăng gấp đôi.

Biểu đồ 7 Xuất khẩu bơ trên thế giới

Các nước xuất khẩu lớn nhất là Chilê, Mexico, Tây Ban Nha và Israel



Nguồn: Tổng hợp từ FAOSTAT

Những nước xuất khẩu lớn nhất bao gồm Chile, Mexico, Tây Ban Nha và Israel. Mặc dù Pháp và Hà Lan không sản xuất bơ, nhưng họ lại xuất hiện trong danh sách là những nước xuất khẩu lớn bởi vì họ là những nhà kinh doanh bơ. Phần lớn bơ của Chile được xuất khẩu sang Hoa Kỳ (70%), nhưng tình hình này có thể thay đổi nhanh chóng vào năm 2006 khi Hoa Kỳ xoá bỏ cấm vận nhập khẩu giống bơ Hass của Mexico ở 47 tiểu bang của mình vào cuối năm 2005⁵.

Mỹ và Pháp là những nước nhập khẩu lớn nhất

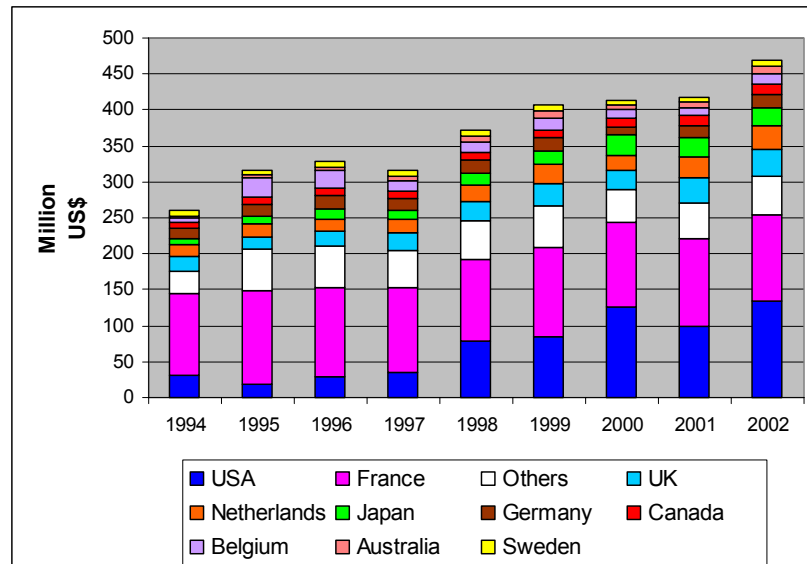
Mỹ và Pháp là những nước nhập khẩu lớn nhất (xem biểu đồ 8). Hai nước này chiếm hơn 50% tổng nhập khẩu. Nhật Bản, một thị trường tiềm năng cho Việt Nam xuất khẩu, đã nhập lượng bơ với tổng giá trị lên đến 25 triệu đô la Mỹ năm 2002.

Tính thêm giá đặc biệt cho bơ Hass ở Hoa Kỳ để đầu tư vào tiếp thị và nghiên cứu

Thật thú vị khi nói rằng ở Hoa Kỳ, người mua phải trả thêm 2.5 cent trên 1 pound (1 pound = 0.453 kg) bất kể bơ nhập khẩu hay trồng trong nước, cho chi phí Nghiên cứu và Quảng cáo giống bơ Hass. Mục đích của phí này là lập quỹ tiếp thị và quảng cáo nhằm tăng mức tiêu thụ bơ Hass tại Hoa Kỳ. Công việc xúc tiến tiêu thụ này là do nhu cầu về bơ ngày một tăng ở Hoa Kỳ. Tổng cầu tăng vượt quá sản xuất trong nước dẫn đến nhập khẩu tăng (USDA, 2006).

Biểu đồ 8 Nhập khẩu bơ thế giới

Pháp nhập khẩu bơ để dùng và để xuất khẩu



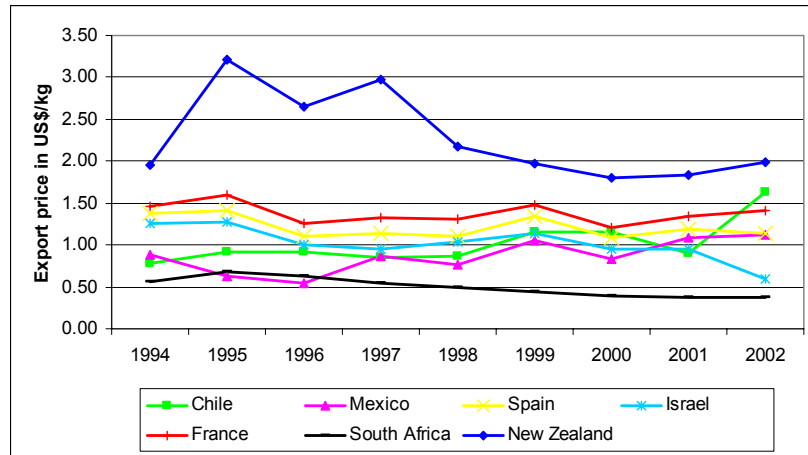
Nguồn: Tổng hợp từ FAOSTAT

Giá bơ của New Zealand cao nhất

Đề cập đến giá xuất khẩu bơ, bơ New Zealand có giá cao nhất, khoảng 2 đô la Mỹ một kg. Đối với một vài nước, giá cả đang thấp dần, đặc biệt là Israel, Tây Ban Nha, và Nam Phi. Trong khi đó ở Chile và Mexico giá bơ đang tăng.

⁵ Quan ngại về Phytosanitary vẫn hạn chế việc xuất khẩu giống bơ Hass của Mexico tới California, Florida and Hawaii

Biểu đồ 9 Giá xuất khẩu bơ của những nước xuất khẩu hàng đầu



Nguồn: Tổng hợp từ FAOSTAT

Áp lực đối với việc hạ giá xuất khẩu

Trong một nghiên cứu về thị trường bơ thế giới, Requejo-Tapia (1999) đã kết luận rằng: “Phân tích ngành công nghiệp bơ trái của những nước được chọn đã chỉ ra rằng khối lượng xuất khẩu nhìn chung có khuynh hướng tăng với tỷ lệ chậm hơn sản xuất. Những tác nhân đó có thể tạo ra một nguồn cung quá mức cho thị trường. Thực tế giá xuất khẩu trung bình giảm trong những năm gần đây vì khối lượng lưu thương lớn hơn và nhiều nước xuất khẩu tham gia vào kinh doanh”.

3.4 Những sản phẩm từ bơ

Bơ được sử dụng làm thức ăn

Những sản phẩm chính từ bơ là quả tươi và dầu được chiết xuất từ quả tươi. Quả bơ có thể được sử dụng dưới những hình thức sau:

- ▶ Nước sốt *guacamole*. Nó bắt nguồn từ Mexico và lan rộng đến Mỹ và Châu Âu
- ▶ Món salad
- ▶ Sinh tố bơ
- ▶ Trộn với kem
- ▶ Ở Trung Mỹ, bơ được trộn với cơm trắng

Dầu bơ cho ngành công nghiệp mỹ phẩm

Dầu bơ còn được sử dụng làm một thành phần của ngành công nghiệp mỹ phẩm đang phát triển mạnh. Dầu bơ được dùng cho việc giữ độ ẩm và làm lành vết thương (tái tạo tế bào).

...và cho cả dầu ăn

Thêm vào đó, dầu bơ còn được sử dụng làm dầu ăn cũng giống như dầu ô liu. Chẳng hạn như một lượng dầu nguyên chất bổ sung có thể dùng làm nước rưới salad. Dầu bơ có nhiệt độ sôi cao (hơn 250o C) vì thế rất phù hợp cho nấu ăn.

Thậm chí dầu bơ còn tốt hơn dầu ô liu

Dầu bơ được đánh giá là một trong những loại dầu có giá trị dinh dưỡng cao nhất. Nó được coi là tốt cho sức khỏe hơn dầu hướng dương và dầu ô liu. Hơn thế nữa, dầu bơ được xếp hạng thứ 5 trong danh sách những loại dầu tuyệt hảo vì là tác nhân chống cholesterol (Pearce, 1959). Dầu bơ đã được Tổ chức Tim mạch

Nam Phi cấp Nhãn hiệu Trái tim vì ảnh hưởng tích cực của nó đến tim.

4 Ngành bơ Đắk Lắk

4.1 Giới thiệu

Thiếu số liệu thống kê Không có một số liệu thống kê nào và rất ít tài liệu về sản xuất và tiếp thị bơ tại Việt Nam. Chỉ có duy nhất 2 tài liệu nói về kỹ thuật trồng bơ tại Việt Nam. Mặc dù thiếu thông tin nhưng chính phủ Việt Nam đã chọn cây bơ là một trong 7 loại quả được ưu tiên phát triển (FAO, 1999). Sự lựa chọn của chính phủ về mặt đầu tư và chính sách tuy chưa rõ ràng nhưng phân tích thể chế của chúng tôi tại tỉnh Đắk Lắk đã đưa ra cái nhìn cụ thể hơn cho vấn đề này.

Nghiên cứu này cố gắng lấp đầy những lỗ hổng Dựa vào những số liệu chúng tôi thu được từ những người dân, những người thu gom và tư thương, chúng tôi làm phép tính và ước lượng diện tích sản xuất, thành phần tham gia và lợi nhuận. Chính bởi vậy mà chúng tôi hy vọng báo cáo của chúng tôi có thể lấp một phần kiến thức hổng về bơ ở Việt Nam.

4.2 Việt Nam

Báo cáo của Nguyễn Minh Châu và Võ Thế Truyền (1999) đã chỉ ra rằng cây bơ đầu tiên du nhập vào Việt Nam vào năm 1940 do người Pháp mang tới phát triển tốt và thậm chí là một thị trường hấp dẫn đối với những người nước ngoài sống tại Việt Nam. Nhiều giống bơ được chính phủ Philippines tặng cho Việt Nam vào những năm 1960 (Nguyễn và Võ, 1999). Cũng theo các nhà khoa học tại Đà Lạt (Minh, trao đổi cá nhân) chính phủ Mỹ cũng đem tặng Việt Nam những giống bơ trong ngân hàng gen vào đầu những năm 1960.

Những vùng sản xuất chính của Việt Nam Những vùng sản xuất bơ chính là những vùng cao nguyên thuộc các tỉnh Miền nam như Đồng Nai, Bà Rịa-Vũng Tàu, Lâm Đồng, Đắk Lắk và tỉnh Phú Thọ của miền Bắc (ibid). Dựa vào những cuộc phỏng vấn 15 người bán buôn lớn nhất Việt Nam của chúng tôi có thể thấy rõ khối lượng bơ lưu thương thương lớn nhất là từ Đắk Lắk, sau đó là Đồng Nai và tỉnh Lâm Đồng.

Mùa vụ bơ chính là từ tháng 5 đến tháng 10, cao điểm là tháng 6, 7 và 8. Mặc dù bơ có quanh năm nhưng số lượng bơ trái vụ ít hơn đặc biệt là tháng 11.

Tại Việt Nam số lượng cây bơ trên mỗi người trồng rất thấp Bơ tại Việt Nam rất ít được trồng trong quy mô vườn thương mại, mà chủ yếu trồng trong vườn sau nhà hoặc trồng rải rác trên những vườn cà phê để cung cấp bóng mát và làm hàng rào chắn gió. Báo cáo của Nguyễn và Võ cho biết không có vườn bơ thương mại tại Việt Nam. Tuy nhiên báo cáo này được xuất bản năm 1999, kể từ đó đến nay đã có một vài thay đổi mà chúng tôi phát hiện được trong chuyến thực địa tại Đắk Lắk. Chúng tôi đã đến một vài hộ dân trồng bơ với diện tích vườn khoảng 0,5 hecta. Tuy diện tích này vẫn còn rất nhỏ nhưng dường như đã có dấu hiệu khởi đầu cho một ngành bơ chuyên nghiệp hơn.

Một vài vườn cây đang từ từ phát triển

Sự gia tăng này bắt nguồn từ việc người tiêu dùng bơ Việt Nam phổ

<i>Giá cả đang được cải thiện</i>	biến hơn thể hiện qua việc giá bơ tăng. So sánh với giá bơ tại vườn năm 1999 từ 300 đến 1.000 đồng/kg thì giá tăng lên nhiều. Trong vụ chính của năm 2006 giá bơ là từ 2.000 đến 4.000 đồng trên kg và có thể tăng lên trong thời điểm trái vụ là 8.000 đến 15.000 đồng/kg.
<i>Bơ chủ yếu được dùng làm sinh tố bơ tại Việt Nam</i>	Tại Việt nam cho đến nay bơ được dùng chủ yếu để làm sinh tố bơ. Tất cả các cuộc điều tra với những tư thương đã cho thấy, nhu cầu tiêu dùng bơ liên quan rất nhiều đến thời tiết. Nếu trời nắng và nóng, nhu cầu tiêu dùng sinh tố bơ cao, còn khi trời mưa thì nhu cầu thấp hơn rất nhiều. Mặc dù bơ chưa được nhiều người Việt Nam biết đến nhưng sản phẩm này đang dần dần giành được thị phần tại Việt Nam. Mỗi một ngày lại có thêm nhiều người biết đến quả bơ và tiếp tục mua chúng.
<i>Cây bơ là cây bóng mát và chắn gió cho cafe</i>	Đa số người dân trồng bơ vẫn với mục đích chính là cây bóng mát hoặc là cây hàng rào quanh vườn cà phê hoặc quanh nhà. Người dân gần như không đầu tư gì cho cây và không chăm sóc cây hoặc quả.
<i>Gần như không sử dụng hoá chất nông nghiệp trong trồng bơ</i>	Chỉ khi cây bơ được trồng xen thì cây bơ mới nhận được một chút phân bón. Thực tế là khi người dân bón phân cho cây cà phê, họ sẽ ném một vốc phân cho cây bơ, và chỉ có vậy. Nhìn chung có thể nói cây bơ được trồng theo cách gần như là hữu cơ. Điều đó có nghĩa là hầu như không sử dụng hoá chất nông nghiệp trong sản xuất. Người dân chỉ bón phân cho vườn cây độc canh và hầu như không dùng thuốc bảo vệ thực vật.
<i>Bơ gần như là sản phẩm hữu cơ Nhân giống bằng hạt</i>	Người dân nhân giống cây bơ bằng hạt. Họ thường lựa chọn hạt từ cây cho năng suất cao và hy vọng cây giống sẽ thừa hưởng những đặc tính của cây mẹ.

4.3 Tỉnh Đắk Lắk

Nằm tại vùng đất cao nguyên với thủ phủ là Buôn Ma Thuột cách Hà Nội 1410 km và cách thành phố HCM 320 km, Đắk Lắk phát triển thành một trong những vùng sản xuất cà phê quan trọng nhất thế giới. Tại Việt Nam, Đắk Lắk là một trong những tỉnh thành có nền kinh tế phát triển nhanh nhất nhờ sự phát triển của ngành cà phê. Những cây trồng quan trọng khác bao gồm cây cao su, tiêu, hạt điều và lâm sản.

4.3.1 Lịch sử

Những năm 1980 giá bơ rất thấp

Như đã nói ở trên, cây bơ du nhập vào Đắk Lắk những năm 1940 do người Pháp mang tới. Sau này là các giống khác từ Philippines và Mỹ du nhập vào. Do chiến tranh và thiếu nguồn kinh phí nên những ngân hàng gen này đã không được duy trì. Trong những năm 80 khi ngành cà phê đang trên đà phát triển, cây bơ cũng được trồng nhiều hơn. Tuy nhiên do giá thành quá thấp, người trồng đã cắt bỏ cây bơ và thay bằng những cây có giá trị kinh tế cao hơn mà cũng đóng vai trò là cây bóng mát và chắn gió. Cây bơ cũng bị cạnh tranh với cây hạt tiêu làm hàng rào. Một vài người dân

thì cho rằng cây hạt tiêu có giá trị kinh tế hơn cây bơ.

Sử dụng chính trong tiêu thụ gia đình và thức ăn gia súc

Tuy nhiên theo thảo luận của chúng tôi với người trồng bơ, cán bộ khuyến nông và những người nghiên cứu tại địa phương thì ngành bơ mới phát triển vào cuối thập niên 90. Trước năm 1990, giá bơ rất thấp nên thường được sử dụng trong gia đình hoặc làm thức ăn cho gia súc. Giá bơ tăng chậm sau năm 1990 và tăng nhanh sau năm 2000.

Giá tăng do nhu cầu tiêu dùng đang tăng

Nhu cầu tiêu dùng tăng lên là động lực chính khiến giá bơ cao hơn. Giá cao không những chỉ vì nhu cầu tăng nhanh từ thành phố HCM và Hà Nội mà còn vì nhiều “thị trường mới” như Nha Trang, Đà Nẵng, Phan Rang, Cam Ranh, Quy Nhơn, Khánh Hòa, Tuy Hòa, Bình Dương, Quảng Ngãi và Hải Phòng. Một nhân tố lớn ảnh hưởng đến sự phát triển của những thị trường này là sự cải thiện cơ sở hạ tầng và những dịch vụ vận chuyển từ Buôn Ma Thuột đến các tỉnh thành trên khắp Việt Nam.

Cơ sở hạ tầng tốt hơn, nhiều thị trường hơn

Mạng lưới giao thông tốt liên quan đến tăng trưởng thành công của ngành cà phê. Do người nông dân từ khắp Việt Nam đến nhận đất và trồng cà phê tại Đắk Lắk nên đã xuất hiện nhu cầu về dịch vụ vận chuyển tốt.

Chính phủ hỗ trợ từ năm 2001: nghiên cứu giống

Giá bơ cao khuyến khích nhiều hộ dân phát triển vườn bơ nhỏ trong đó họ bắt đầu phải đầu tư chăm sóc cây bơ nhiều hơn. Công việc chăm sóc bao gồm các hoạt động như tỉa cành và bón phân.

Hỗ trợ trực tiếp từ chính phủ cho ngành bơ bắt đầu từ việc đầu tư vào nghiên cứu bơ. Từ năm 2001 Viện Khoa học Nông Lâm Tây Nguyên (WASI) đã bắt đầu nghiên cứu giống. Họ đã tạo ra một ngân hàng gen với 57 giống nội địa và 12 giống nhập nội. Từ năm 2006, Công Ty Tư vấn, Đầu tư và Phát triển Nông Lâm Eakmat (công ty con của WASI) bắt đầu bán cây giống ghép cho người dân.

4.4 Chuỗi bơ

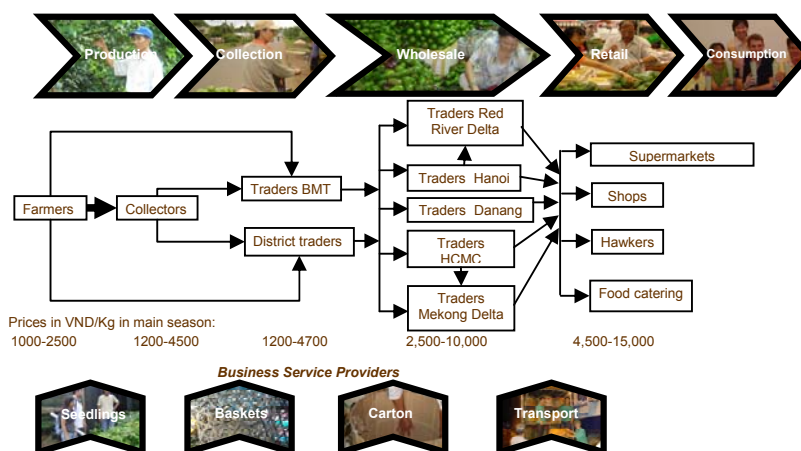
Người thu gom đóng vai trò chủ đạo

Một minh họa đơn giản cho chuỗi bơ hiện tại được thể hiện ở biểu đồ 11. Người thu gom đóng vai trò chủ đạo trong toàn ngành bơ. Vì hầu hết các hộ dân chỉ có một vài cây bơ nên cả đội quân thu gom vừa hái vừa thu gom bơ. Họ bán bơ cho những người bán buôn tại huyện hoặc người bán buôn tại thành phố Buôn Ma Thuột (BMT).

Hình 10 Những người thu gom tại Đắk Lắk



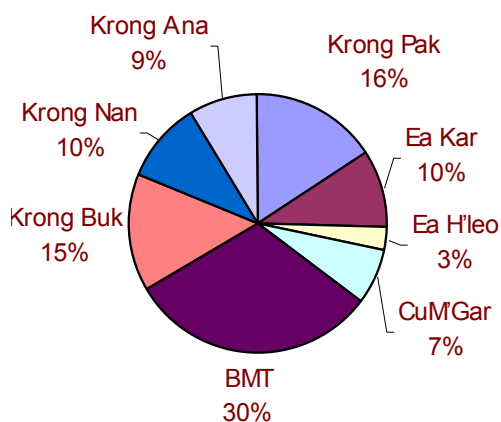
Biểu đồ 11 Bản đồ chuỗi bơ tại Đắk Lắk



Những người bán buôn tại huyện và thành phố BMT

Bơ rời khỏi Đắk Lắk có thể từ những người bán buôn tại huyện hoặc người bán buôn tại thành phố BMT. Một kiến thức được các nhà nghiên cứu địa phương và những đáp viên chính cùng công nhận là kênh BMT là kênh quan trọng nhất, những người bán buôn tại huyện chỉ đóng vai trò nhỏ. Tuy nhiên trong khi thực hiện RDA chúng tôi nhận thấy những người bán buôn tại huyện đã xuất một khối lượng hàng lớn từ Đắk Lắk. Quan sát này đã được những người bán buôn trong khảo sát của chúng tôi xác nhận. Theo số liệu của chúng tôi, tất cả những người bán buôn tại huyện đóng góp khoảng 70% tổng khối lượng bơ xuất từ Đắk Lắk tới các tỉnh thành Việt Nam.

Biểu đồ 12 Tỷ phần buôn bán của người bán buôn Đắk Lắk trong vụ chính năm 2005 theo địa điểm kinh doanh của họ



Nguồn: Điều tra người bán buôn

Trong số những người bán buôn của huyện, người bán buôn tại BMT xuất lượng hàng lớn nhất (30%). Tiếp theo là người bán buôn từ các huyện Krong Pak, Krong Buk và Krong Nan.

Chỉ một phần trăm rất nhỏ bơ được người nông dân thu hái và mang đến những người bán buôn tại huyện hoặc tại BMT. Đa số người bán buôn phải phụ thuộc vào người thu gom.

<i>Thị trường chính là tp. HCM</i>	Phần lớn bơ Đắk Lắk được đưa đến các chợ bán buôn tại thành phố HCM (chợ Thủ Đức và Hóc Môn). Từ những chợ đầu mối này bơ được bán cho những người bán lẻ tại HCM hoặc là những người bán buôn tại các tỉnh khác.
	Vì ngành bơ đã phát triển trong những năm vừa qua nên ngày càng có nhiều tư thương từ các tỉnh thành đặt hàng trực tiếp với những người bán buôn tại Đắk Lắk thay vì đặt hàng từ những người bán buôn tại tp.HCM.
<i>Các tỉnh thành khác đang đóng vai trò quan trọng</i>	Theo kết quả phỏng vấn của chúng tôi tại tp.HCM, có khoảng 100 tấn bơ mỗi ngày được bán qua hai chợ bán buôn chính của tp.HCM. Chúng tôi ước tính tổng khối lượng bơ xuất trong vụ chính là trên 330 tấn một ngày (xem phần tiếp theo), điều đó có nghĩa là: <ul style="list-style-type: none"> ▶ Hoặc là con số ước tính cho thành phố HCM quá nhỏ hoặc là ▶ Lượng hàng lưu thương trực tiếp với các thành phố khác là tương đối lớn
	Chúng tôi tin rằng cả hai kết luận đều có giá trị. Bơ được bán trực tiếp từ những người bán buôn tại Đắk Lắk đến chợ bán lẻ/bán buôn tại thành phố HCM như Thủ Đức và Hóc Môn.
<i>Hơn 30 điểm đến tại Việt Nam cho bơ Đắk Lắk</i>	Danh sách các tỉnh thành mà những người bán buôn tại Đắk Lắk đưa hàng trực tiếp khá dài và bao gồm hơn 30 điểm đến khác nhau. Khối lượng tới các điểm này dao động từ 0.5 tấn đến 10 tấn một ngày. Tổng cộng lại con số lên tới 330 tấn một ngày.
<i>Vận chuyển bằng xe tải hoặc xe buýt</i>	Bơ được vận chuyển bằng sọt tre (100kg/sọt) rồi xếp lên xe tải (8-10 tấn trên một xe) và xe buýt chở khách. Xe khách rời BMT đến rất nhiều thành phố ở Việt Nam. Việc phát triển ngành vận chuyển tư nhân đã tạo cơ hội cho tư thương tại Đắk Lắk để mở rộng đáng kể thị trường. Những người bán buôn tại Đắk Lắk chỉ cần ghi rõ tên tư thương, tên chợ và thành phố trên sọt tre và đặt chúng lên đúng xe tải hoặc xe khách. Đến thành phố những người khuân vác sẽ dỡ sọt tre và mang đến đúng tư thương.
<i>Chuỗi sản phẩm so với chuỗi giá trị</i>	Không thể nói đến chuỗi giá trị đối với đa phần chuỗi bơ. Có rất ít mối liên kết mang tính cấu trúc giữa các thành phần khác nhau trong chuỗi với rất ít trao đổi thông tin. Nếu người thu gom thu hái bơ bằng việc rung cây, họ sẽ không thấy hết những tổn hại đối với bơ khi những quả bơ đến những chợ đầu mối ở các thành phố. Mặt khác những người thu gom thu hái một cách cẩn thận thì lại không được hưởng lợi thêm. Những người bán buôn tại thành phố chỉ thấy chất lượng bơ khác nhau khi chúng đến sạp của họ chứ không biết là nó bị ảnh hưởng như thế nào.
<i>Một vài kênh có thể coi là chuỗi giá trị</i>	Trong suốt quá trình đi thực địa chúng tôi phát hiện ra rằng có một vài người bán buôn huyện hoạt động theo những cách khác nhau. Họ tự thu gom một phần và vẫn làm ăn với một số người thu gom thường xuyên. Trong vụ chính, họ cũng thuê sạp ở chợ Thủ Đức thành phố HCM. Bằng cách này họ có thể kiểm soát cả chuỗi và nắm rõ hơn ảnh hưởng của các phương pháp sau thu hoạch kém đến chất lượng quả tại chợ cuối cùng. Những trường hợp đặc biệt này gần giống như một chuỗi giá trị, nhưng cũng có thể coi là một ngoại lệ.

Bảng 5 Chuỗi sản xuất so với chuỗi giá trị

Yếu tố	Chuỗi sản xuất	Chuỗi giá trị
Dòng thông tin	Ít hoặc không có	Rộng rãi
Tập trung chính	Chi phí/giá cả	Giá trị/chất lượng
Chiến lược	Sản phẩm cơ bản (hàng hoá)	Sản phẩm khác biệt
Phương hướng	Do nguồn cung chỉ đạo	Theo nhu cầu
Cấu trúc về mặt tổ chức	Các thành phần độc lập	Các tác nhân phụ thuộc lẫn nhau
Triết lý	Cạnh tranh giữa các doanh nghiệp	Tính cạnh tranh của chuỗi

Nguồn: Lundy và cộng sự, 2006.

Sử dụng chính trong các quán cà phê sinh tố

Sau khi đến với những người bán buôn tại các thành phố như Hà Nội, Đà Nẵng và thành phố HCM, bơ được bán cho:

- ▶ Những người bán lẻ tại các thành phố này
- ▶ Ngành phục vụ ăn uống của thành phố mà chủ yếu là các quán cà phê bán sinh tố
- ▶ Những người bán buôn tại các thành phố nhỏ hơn trong cùng khu vực. Ví dụ như những người bán buôn tại Hà Nội bán bơ cho những người bán buôn tại các tỉnh thành như Thái Nguyên và Lào Cai.

Những người cung cấp dịch vụ kinh doanh quan trọng là những người vận chuyển, những người cung cấp vật liệu đóng gói và sau đó là những người cung cấp cây bơ giống. Những người cung cấp vật liệu đóng gói là những người:

- ▶ Sản xuất và bán sọt tre
- ▶ Bán giấy các tông cũ để sử dụng bên trong sọt tre
- ▶ Người bán những túi dứa cũ. Những túi này dùng để bọc trên chóp và đáy sọt tre để tránh nước.

Cây giống

Vì người dân rất ít dùng cây bơ ghép nên chỉ có một vài nhà cung cấp cây giống ghép, trong đó Công ty Tư vấn, Đầu tư và Phát triển Nông Lâm Eakmat là nhà cung cấp quan trọng nhất.

4.5 Kịch cỡ ngành bơ

5 cây trên mỗi hộ dân

98 người bán buôn

Trung bình mỗi người dân chỉ trồng 5 cây, điều đó nói lên rằng cây bơ chưa phải là sản phẩm quan trọng tại Đắk Lắk. Tuy nhiên dựa vào những thông tin và số liệu thu được khi chúng tôi thực hiện RDA và khảo sát 98 người bán buôn chính tại tỉnh Đắk Lắk, chúng tôi có thể tính được số lượng người tham gia vào ngành bơ tại Đắk Lắk.

337 tấn bơ mỗi ngày xuất từ Đắk Lắk trong vụ chính

Dựa vào cuộc khảo sát những người bán buôn, chúng tôi ước tính trong vụ bơ chính, 337 tấn bơ mỗi ngày được xuất từ Đắk Lắk đến các tỉnh thành Việt Nam. Tính toán này thu được qua những cuộc phỏng vấn ngắn (khoảng 20 phút mỗi người bán buôn) với gần hết người bán buôn bơ tại tỉnh Đắk Lắk. 337 tấn bơ/ngày được xuất trong mùa chính kéo dài 4 tháng. Bơ cũng được lưu thương trong khoảng 8 tháng còn lại trong năm nhưng với khối lượng nhỏ hơn

hiều. Chúng tôi chỉ tập trung vào phân tích công việc vào mùa chính, vì thế số liệu trình bày dưới đây có thể thấp hơn con số của toàn ngành bơ.

Bảng 6 Kích cỡ ước tính của ngành bơ Đắk Lắk

Chỉ số	Một ngày	Một vụ
Bơ từ những tư thương Đắk Lắk	337 tấn	40,410 tấn
Số cây bơ thu hoạch	3.368 trees	404.100 cây
Số người trồng tham gia	674 nông dân	80,820 nông dân
Số người thu gom tham gia	1648 người	1648 người
Số người bán buôn	100 người	100 người
Diện tích thu hoạch	22 ha	2.649 ha
Xe tải	42 xe tải	5,051 xe tải

Nền tảng của số liệu thu trình bày trong bảng ở trên là con số 337 tấn/ngày và giá định trong bảng 7. Như đã nói ở trên, chúng tôi khá chắc chắn về con số này, chúng tôi chỉ không chắc là con số đó có cố định trong suốt mùa bơ chính là 4 tháng hay không. Bù lại, chúng tôi không đưa con số của 8 tháng trái vụ vào ước tính của chúng tôi dù lượng xuất cũng khá lớn.

Hơn 1600 người thu gom, 80,000 hộ dân và hơn 2600 hecta

Cùng với 100 người bán buôn, có khoảng 1648 người thu gom đang hoạt động. Thực tế là họ đóng vai trò quan trọng nhất trong chuỗi bơ vì họ thu hái và thu gom bơ trái. Họ đến thăm vườn của nông dân và mỗi lần thu 1 hoặc 2 cây mỗi hộ. Tổng số hơn 80 nghìn hộ dân trồng bơ với diện tích thu hái ước tính là hơn 2650 hecta.

Bảng 7 Giá định được sử dụng để tính kích cỡ vùng bơ Đắk Lắk

Chỉ số	Giá định
Thu hoạch trung bình trên cây	100 kg/cây
Số cây trung bình trên một hộ dân	5 cây/người trồng
Doanh thu trên một người thu gom	200 kg/ngày
Số lượng cây trên hecta	150 cây/hecta
Lượng hàng trung bình trên xe tải	8 tấn/xe tải

Giá định

Số liệu về diện tích thu hoạch dựa trên giả định về năng suất trên một cây và số lượng cây có thể trồng trên một hecta. Vì có quá ít hộ dân có 1 hecta bơ nên chúng tôi dựa vào tiêu chuẩn quốc tế để tính mật độ trồng cây. Những con số này dao động từ 100 đến 200 cây trên một hecta, vì thế chúng tôi chọn 150 cây (FAO, 2001.)

Những số liệu của chúng tôi chưa bao gồm những ngành tạo ra dịch vụ kinh doanh như người làm sọt tre. Bơ được vận chuyển bằng sọt tre lớn, mỗi sọt khoảng 100 kg. Điều đó có nghĩa là mỗi ngày cần dùng khoảng 3368 sọt tre. Vì những sọt tre đó có thể được tái sử dụng và chúng tôi đã không thu thập số liệu này nên chúng tôi không tính nhu cầu lao động của người sản xuất sọt tre. Tuy nhiên con số này sẽ khá lớn.

Ước tính giá trị gia tăng của bơ Đắk Lắk là 7 triệu đô la Mỹ

Chúng tôi cũng tính toán tổng giá trị gia tăng của ngành bơ tỉnh Đắk Lắk khoảng 7 triệu đô la Mỹ trong một vụ chính.

Những con số này có thể giúp các nhà hoạch định chính sách ở cấp tỉnh nắm rõ hơn về ngành bơ và nhận định được rằng đầu tư vào ngành bơ là chính đáng vì rất nhiều thành phần trong chuỗi sẽ được hưởng lợi từ đó.

4.6 Giống bơ

Vì có những khác biệt lớn giữa các giống bơ nên chúng tôi dành nhiều công sức để có thể hiểu rõ hơn về các giống bơ hiện có tại Đắk Lắk. Mỗi một giống sẽ có những đặc điểm khác nhau như khả năng lưu kho, hàm lượng dầu, mùi vị, hình dáng, màu sắc, kích cỡ, bề mặt vỏ (ví dụ như nhăn hay ráp), hàm lượng dinh dưỡng, v.v...

Vì cây bơ đã không được đưa vào Đắk Lắk theo một cách có cấu trúc với tên giống được dán nhãn rõ ràng nên sự khác biệt là rất lớn và gần như không thể xác định được tên giống. Chúng tôi chỉ biết rằng theo thông tin của Tiến sỹ Lê, một người nghiên cứu từ trường Đại học Tây Nguyên - người đã làm luận án tiến sỹ về bơ, chủng bơ chính có thể sống tốt nhất tại Đắk Lắk là chủng bơ của Tây Ấn Độ.

Nhân giống bằng hạt

Vì phần lớn người dân nhân giống bơ bằng hạt nên có rất ít giống nguyên gốc trong ngân hàng gen giữ được những đặc điểm nguyên gốc của chúng. Thực tế mỗi một cây có thể được coi là giống khác nhau.

Người dân địa phương, người thu gom, và tư thương phân biệt ba nhóm bơ chính như sau:

- ▶ Bơ Sáp
- ▶ Bơ Mỡ
- ▶ Bơ Nước

Phân loại Bơ

Chưa rõ liệu có thể coi ba loại bơ này là giống hay không. Chúng tôi cho rằng rằng 3 nhóm này là một cách phân loại chất lượng thịt quả bơ, mà phần lớn được xác định theo hàm lượng dầu trong quả bơ. Hàm lượng dầu càng cao thì vị càng ngon. Điều này đã được các thành phần trong chuỗi nhận biết khá rõ. Bơ Sáp có hàm lượng dầu cao nhất trong khi đó Bơ Nước có hàm lượng dầu thấp nhất và được xem là chứa toàn nước. Bơ Mỡ có hàm lượng dầu gần bằng Bơ Sáp nhưng thêm vào đó nó có vỏ sáng và láng bóng hơn.

Bơ Sáp và Bơ Mỡ được sử dụng phổ biến nhất

Trên thị trường Bơ Sáp và Bơ Mỡ bán được giá cao nhất và Bơ Nước có giá thấp nhất. Bề ngoài của quả bơ không được dùng làm tiêu chí để xác định đó là Bơ Sáp hay Bơ Nước nên người tiêu dùng và thậm chí tư thương cũng gặp khó khăn trong việc phân biệt loại bơ. Do vậy cần phải lấy mẫu (bằng việc bỏ quả bơ ra) để biết chắc quả bơ là Bơ Nước hay Bơ Sáp.

Bơ Sáp để được lâu hơn

Một vài tư thương đã lợi dụng điều này để rao bán Bơ Nước là Bơ Sáp. Chẳng hạn như họ trộn lẫn một lô Bơ Sáp với một lô Bơ Nước. Bên cạnh mùi vị ngon hơn, tất cả tư thương đều có kinh nghiệm rằng Bơ Sáp và Bơ Mỡ có thể để được lâu hơn. Bơ Nước thường thối nhanh hơn rất nhiều.

Hình 13 Các giống bơ khác nhau



Tại một huyện trồng bơ, Krong Ana, một buổi thảo luận nhóm với 5 người trồng đã cho thấy có 60% cây bơ trong huyện này cho Bơ Sáp, 30% là Bơ Mỡ và 10% là Bơ Nước. Tại huyện Krong Pak, thảo luận nhóm với 10 nông dân đã chỉ ra rằng khoảng 70% cây bơ trong huyện là Bơ Sáp và 30 % là Bơ Nước.

5 Các thành phần trong chuỗi

Chương này sẽ đi sâu vào đặc tính của các thành phần trong chuỗi, vai trò của họ trong chuỗi, phương pháp sản xuất, lợi nhuận, và những trở ngại cũng như cơ hội chính mà họ nhận biết được.

5.1 Nông dân

Trong phần này chúng tôi không chỉ đề cập đến nông dân mà còn đến cả những lĩnh vực nông học liên quan đến trồng bơ. Những thông tin được trình bày trong phần này được thu thập trong những buổi thảo luận giữa nông dân và người thu gom.

5.1.1 Năng suất

Vòng đời của cây là 25- 40 năm

Theo người dân, một cây bơ có thể sống được từ 25 đến 40 năm. Có thể xác định được nhiều giai đoạn sinh trưởng khác nhau trong suốt vòng đời của một cây bơ (Bảng 8). Lượt trái đầu tiên xuất hiện khoảng 3 đến 4 năm sau khi trồng bơ bằng hạt. Một cây bơ ghép cho quả sau 2-3 năm. Đợt thu hoạch đáng kể đầu tiên là từ năm thứ 5 đến năm thứ 10 sau khi cây đã đạt được giai đoạn sinh trưởng chính. Sau khoảng 25 năm, năng suất giảm dần.

Bảng 8 Năng suất của một cây bơ

Giai đoạn sinh trưởng, số năm sau trồng	Năng suất (kg/cây)
3 năm	10 quả một cây
5 – 10 năm	50 kg – 200 kg
10 – 25 năm	200 -300 kg
> 25 năm	100 – 200 kg
Khối lượng trung bình trên cây 40 tuổi	180 kg

Thu hoạch trung bình 200-300 kg một cây

Theo thảo luận nhóm nông dân tập trung, thu hoạch bình quân một cây bơ 8 tuổi có đường kính thân khoảng 30 cm là 200-300 kg. Cây 15 tuổi với đường kính thân khoảng 50 cm thậm chí có thể cho 500-600 kg/cây. Một vài nông dân cho biết ngoại lệ có những cây cho trên 800 kg/cây.

Bơ Đak Lăk cho năng suất cao

Một vài nhà nghiên cứu địa phương tại Buôn Mê Thuật nghi ngờ những con số này, họ cho rằng sản lượng như vậy là quá cao. Tuy nhiên dựa trên kết quả thảo luận giữa tất cả nông dân và người thu gom, con số ổn định khoảng 200-300 kg/cây đối với những cây trong giai đoạn sản sinh chính (10-15 năm). Vì lượng thu hoạch được cân bằng cân nên cả người nông dân và người thu gom đều nắm rõ sản lượng của một cây là bao nhiêu.

Rõ ràng những con số này cho thấy cây bơ Đak Lăk cho năng suất cao. So với các nước châu Á khác, cây bơ Đak Lăk là cây cho năng suất cao nhất. Đặc biệt khi chúng ta biết hoạt động duy nhất mà người nông dân đầu tư là trồng cây từ hạt. Chẳng hạn, Soto (2001), cho biết trung bình 1 cây bơ cho 84 kg, năng suất bơ rất khác nhau tại các vùng ở Philippines từ 23 kg ở Trung Luzon đến

240 kg ở vùng Trung Visayas. Vì không có số liệu về tuổi của cây nên khó so sánh nhưng những con số này cũng chỉ ra rằng số liệu về năng suất bơ ở Đăk Lăk vượt ra ngoài giới hạn này. Ở một trạm nghiên cứu Thái Lan, số liệu về năng suất của một cây 8 tuổi là khoảng 40-180 kg/cây (Babpraserth and Subhadrabandhu, 2001).

5.1.2 Vòng đời cây hàng năm

Thu hoạch 5 tháng sau khi ra hoa

Cây bơ có thể ra hoa trong suốt khoảng thời gian từ tháng 11 đến tháng 2. Từ lúc ra hoa đến khi hoa rụng là khoảng 15 ngày, sau đó 5 tháng có thể thu được quả. Việc thu hoạch 1 cây bơ thường diễn ra trong vòng 1 tháng. Người thu gom thường trở đi trở lại 2 hoặc 3 lần để thu 1 cây. Vì trái bơ chỉ chín khi rời khỏi cây nên khi thu hoạch, người thu gom cố gắng thu càng nhiều bơ càng tốt trong giai đoạn trái vụ.

Bảng 9 Chu trình bơ hàng năm

	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12
Đậu hoa	Đối với chính vụ										Đối với vụ sớm	
Thu hoạch			Sớm			Chính			Muộn			
Mưa												
Giá			3000-4000 vnd/kg			1500 – 2000			3000-10,000			

Chính vụ tháng 6- tháng 8

Đối với thu hoạch vụ sớm, hoa đã ra vào tháng 11, trong khi đó ở vụ chính, hoa xuất hiện trong khoảng tháng 1 đến tháng 3. Một cây bơ thường chỉ ra hoa trong 1 giai đoạn. Tuy nhiên trong đợt thực địa, chúng tôi gặp 1 người nông dân có cây ra hoa ở nhiều thời điểm khác nhau trong năm. Nhiều người trồng bơ lấy hạt từ cây này vì họ cũng muốn có cây bơ có những đặc điểm đặc biệt như vậy.

Lượng nhỏ sản lượng trái vụ

Cũng có một vài trường hợp có cây ra hoa vào tháng 8 và cho quả vào tháng 2. Người dân cho rằng những cây này gần nguồn nước quanh năm, chẳng hạn như cây nằm gần giếng. Vì giá bơ trái vụ cao hơn rất nhiều nên người trồng bơ cố gắng kiếm cây giống có thể sản xuất trái vụ.

5.1.3 Sâu và bệnh

Cho đến nay sâu bệnh không phải là vấn đề nghiêm trọng

Nhìn chung, người dân gặp ít trở ngại trong việc trồng bơ. Sâu bệnh chính xuất hiện trong suốt các giai đoạn sinh trưởng của cây được trình bày trong bảng 10. Phương pháp diệt trừ sâu bệnh do một nhóm nhỏ nông dân đang áp dụng với cây bơ cũng được trình bày trong bảng này.

Bảng 10 Những vấn đề về sâu, bệnh, và nấm chính trong các giai đoạn khác nhau của cây bơ

Tuổi cây	Vấn đề chính ⁶	Phương pháp kiểm soát
Năm đầu tiên	Đục gốc	Không có phương pháp kiểm soát
4-20 năm	Sâu róm Sâu đục thân Nấm hồng Sâu đục lá	Bi 58 và Bassa Dersi-S 2.5 EC Không có phương pháp kiểm soát vì ít hại
>25 năm	Nấm bệnh và mối	Không có phương pháp kiểm soát

Sâu róm là vấn đề nghiêm trọng nhất đặc biệt là khi xuất hiện trong giai đoạn ra hoa.

5.1.4 Quản lý

Làm thế nào để duy trì được đặc điểm của cây mẹ?

Như đã trình bày ở trên, người dân nhân giống cây bơ từ hạt giống. Thông thường người trồng bơ lấy quả từ những người nông dân khác trong cùng huyện và cố gắng chọn lựa những cây có đặc tính sau:

- ▶ Năng suất cao
- ▶ Cho quả trái vụ
- ▶ Là Bơ Sáp

Nông dân không áp dụng kỹ năng ghép cà phê cho bơ. Vì sao?

Vì cây bơ giao phấn nên khả năng cây con có cùng đặc điểm của cây mẹ là rất nhỏ. Điều này được minh chứng khi một người nông dân cho chúng tôi xem quả của cây mẹ (cây cho năng suất cao và quả ngon (Bơ Sáp), và quả của cây được trồng từ hạt quả cây mẹ.

Hình 14 Quả bơ từ cây mẹ và cây con



Với những kiến thức sẵn có về ghép cây cà phê, chúng tôi đã không khám phá và hiểu được vì sao người nông dân lại không nghĩ tới việc ghép bơ. Trong khi đó đối với cây cà phê, nhiều nông dân biết cách ghép nhưng lại không áp dụng cho cây bơ. Chắc chắn là người bán cây giống biết những kiến thức này vì họ cũng bán cả cây bơ giống ghép.

⁶ Đây là tên Việt Nam do người nông dân sử dụng. Để biết tên khoa học chính xác cần điều tra thêm về sâu bệnh ở Việt Nam

Giải thích duy nhất chúng tôi có thể nghĩ đến là mối quan tâm về mặt kinh tế đối với ngành bơ chỉ bắt đầu tăng kể từ năm 2000. Cây giống ghép tại những nhà sản xuất cây giống thương mại chỉ mới xuất hiện trong vài năm trở lại đây.

Người dân thường trồng bơ trên đất đỏ không bị ngập lụt. Cây bơ phát triển tốt trên loại đất này.

Đối với những nông dân bắt đầu quan tâm hơn đến cây bơ, cần phải đảm nhiệm những hoạt động quản lý sau:

Một lượng nhỏ nông dân sử dụng phân bón

- ▶ Khi trồng cây giống, bón 50 g NPK⁷ và 200 g P₂O₅ một cây
- ▶ Trong chu trình sinh trưởng hàng năm, bón khoảng 500 g NPK/cây hai tháng một lần từ tháng 2 đến tháng 9.
- ▶ Nếu cây bơ được trồng xen với cây cà phê, người nông dân ném lượng phân bón dư vào cây bơ trong khi bón phân cho cây cà phê.

Tại hai khu ruộng, WASI và trường Đại học Tây Nguyên đã tiến hành một thí nghiệm với các giống bơ khác nhau. Những thí nghiệm này là hợp tác giữa người trồng bơ và các nhà nghiên cứu. Hai vườn quả được triển khai 3 năm trước trên diện tích 0,5 và 0,6 ha. Ba giống cây địa phương ghép có triển vọng và ba giống ghép nhập nội (Hass, Booth, và Fuerte) được trồng trên những khu vườn này với mật độ cây là 200 cây/ha, khoảng cách giữa các cây là 6 m.

Thí nghiệm giữa nhà nghiên cứu và nông dân

Trong hai vườn này lịch bón phân như sau:

- ▶ Khi trồng cây con: 1kg phân vi sinh và 1 kg phân chuồng
- ▶ Trong mùa sinh trưởng, bón phân 5 lần/năm với lượng 500 g NPK/ cây.

Các hoạt động quản lý khác:

- ▶ Tưới nước cho cây khoảng 2 lần trong suốt mùa khô
- ▶ Cắt bỏ các cành cây đã bị khô và bị bệnh

Một trong những nông dân mà chúng tôi phỏng vấn đã quyết định đầu tư vào vườn bơ vì anh người thân trong gia đình bán buôn bơ. Năm 2001 anh đã có vườn bơ rộng 0.4 ha. Ban đầu anh chỉ trồng 85 cây với khoảng cách 7 x 7 m. Trong số 85 cây có 60 cây sống sót. Người nông dân này đã trồng xen bơ với khoai sọ, khoai mỡ và ngô. Anh bón tổng cộng 400 kg NPK trên diện tích 0.4 ha này chia thành 2 lần bón mỗi lần 200 kg. Anh ước tính công lao động cho vườn bơ khoảng 10 ngày một năm (trên diện tích 0.4 ha).

Công lao động cho một vườn quả là 25 ngày/ha/năm

Nông dân lệ thuộc vào người thu gom trong việc thu hoạch

Liên quan đến vấn đề thu hoạch và tiếp thị, phần lớn nông dân phụ thuộc hoàn toàn vào người thu gom. Người thu gom quyết định khi nào quả đủ chín để thu, sau đó họ chở bơ đến người bán buôn. Theo tất cả những người bán buôn mà chúng tôi phỏng vấn, nông dân hiếm khi bán bơ trực tiếp cho họ. Mặc dù có một vài ngoại lệ, nhìn chung người nông dân lệ thuộc vào người thu gom.

⁷ Phân bón tổng hợp giữa Nitơ, Phốt pho và Kali

5.1.5 Lợi ích

<i>Không có chi phí đầu vào</i>	Vì nông dân không đầu tư nhiều vào cây bơ nên tính toán lợi nhuận rất dễ. Lợi nhuận bằng sản lượng thu nhân với giá bán. Người trồng bơ hoặc là bán cả cây cho người thu gom hoặc bán theo cân. Bán cả cây có nghĩa là người thu gom xem cây và trả một khoản tiền cho cả cây trước khi thu hoạch.
<i>Giá trị trên một ha có thể > 3,300 đô la Mỹ</i>	Thu nhập mà người nông dân thu được từ một cây có thể rất khác nhau, từ 200.000 đồng /cây (100 kg với giá 2000 đồng) đến 1.500.000 đồng/ cây. Năng suất bình quân của một cây bơ trong suốt quãng đời 40 năm là 180 kg với giá trung bình là 2000 đồng/kg sẽ cho thu nhập là 360.000 đồng/cây. Nếu người nông dân trồng 1 ha với 150 cây có thể thu được 54 triệu đồng tương đương với 3.375 đô la Mỹ. Nếu chăm sóc tốt, chất lượng và năng suất sẽ cao hơn, do vậy có thể bán được giá cao hơn và cho lợi nhuận nhiều hơn.
<i>Bơ phát triển tốt so với các cây trồng khác</i>	So với thu nhập thuần trung bình của một ha cà phê vối (408 đô la Mỹ/ha) và hạt điều (385 đô la Mỹ/ha) thì thu nhập từ bơ cao hơn 10 lần. Sự khác biệt chính là chi phí đầu vào cho cà phê và hạt điều cao. Người dân cũng cho biết theo kinh nghiệm của họ thì cây bơ cần ít nước hơn cà phê.
<i>Điều gì sẽ xảy ra nếu người dân chuyển sang trồng vườn quả? Xuất hiện nhiều sâu bệnh hơn?</i>	Đương nhiên chúng ta không chắc vấn đề sâu bệnh hại sẽ tăng lên như thế nào nếu một lượng lớn người trồng chuyển sang trồng vườn bơ. Chi phí đầu vào có thể sẽ tăng nhưng năng suất và chất lượng cũng có thể tăng nếu quản lý tốt.
<i>Bơ chiếm tỷ lệ nhỏ trong thu nhập</i>	Có một số ý kiến trái ngược trong phần thảo luận tập trung. Một số nông dân cho rằng bơ cho lợi nhuận cao hơn cà phê nhiều, trong khi số khác nghi ngờ liệu bơ có cho lợi nhuận cao hơn cả cà phê và tiêu hay không. Tuy nhiên tất cả nông dân đều có chung một mối quan ngại là họ không rõ thị trường bơ trong nước và giá cả cần phát triển theo hướng nào. Người dân trong phần họp nhóm tập trung ở Krong Pak ước tính tại huyện này hiện nay 75% đến 80% thu nhập của họ là từ cà phê, 10-15% từ lúa, tiêu, lạc, khoai sọ, và khoai mỡ, và chỉ khoảng 5 đến 15% từ bơ.

5.1.6 Các nhóm nông dân

<i>Nhóm nông dân dựa trên số cây</i>	Một cuộc thảo luận nhóm với 11 nông dân từ phường 6a, xã Hoà An, huyện Krong Pak đã đưa ra ý kiến về các nhóm nông dân trồng bơ khác nhau hiện nay. Trong số 290 hộ ở huyện này có khoảng 80% trồng bơ. Nhóm tập trung này sử dụng số cây bơ là tiêu chí để phân loại nông dân theo nhóm. Các nhóm được phân biệt như sau: 1) Nhóm không trồng bơ ▶ Có ít hoặc không có đất ▶ 2% số hộ nông dân ở huyện Krong Pak thuộc nhóm này 2) Nhóm trồng từ 1 đến 5 cây bơ ▶ Có ít đất
--------------------------------------	--

	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Trồng bơ chủ yếu phục vụ cho gia đình, chỉ bán lượng mà gia đình không dùng hết ▶ 3% số nông hộ ở huyện Krong Pak thuộc nhóm này
	<p>3) Nhóm trồng từ 5 đến 100 cây</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Dùng cây bơ để làm hàng rào chắn gió giữa các vườn cà phê ▶ 90% số nông hộ ở huyện Krong Pak
	<p>4) Nhóm trồng trên 100 cây bơ</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Cây bơ được trồng xen với cà phê hoặc trồng độc canh. ▶ Nhóm này đặc biệt trồng bơ trong vòng 3 năm qua vì giá bơ tăng lên. Thêm vào đó bơ rất dễ trồng và có thể kết hợp hiệu quả với cây cà phê. ▶ 5% số nông hộ ở Krong Pak
<i>Người nghèo nhất cũng có thể trồng bơ</i>	<p>Nhóm còn cho biết thêm người nghèo nhất cũng trồng bơ chừng nào họ có đất. Bơ rất dễ trồng, cần ít đầu tư và tạo quả có dinh dưỡng cao. Chi phí lớn nhất mà người nông dân phải trả là chi phí cơ hội sử dụng đất. Nên trồng cây gì là thích hợp nhất nếu không trồng bơ? Giá trị của bơ có cao hơn so với sử dụng đất khác không?</p>
<i>Kỳ vọng về sự phát triển của ngành bơ</i>	<p>Phần lớn những người được phỏng vấn mong đợi nhu cầu bơ trong những năm tới sẽ tăng, giá có thể tăng dần, và tổng diện tích trồng bơ sẽ tăng.</p>

5.1.7 Vấn đề và giải pháp

	<p>Những vấn đề chính mà người dân đề cập đến là:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Người nông dân hiện rất hài lòng với giá bơ, tuy nhiên họ không dám đầu tư vào trồng bơ vì không biết giá cả sẽ ổn định thế nào. Họ không biết thị trường bơ lớn và ổn định thế nào. Người nông dân cảm thấy họ thiếu thông tin thị trường. Họ biết giá hàng ngày của những sản phẩm như cà phê, hạt điều và khoai sọ trên truyền hình nhưng không thấy có giá bơ. Sau nhiều năm giá bơ và nhu cầu bơ thấp người dân không rõ liệu giá bơ cũng như nhu cầu bơ tăng trong những năm vừa qua có phải là tăng ổn định không. Điều này khiến nông dân do dự không dám mở rộng diện tích trồng bơ. ▶ Thiếu giống bơ tốt. Khi người nông dân trồng một giống bơ, họ muốn biết chắc chắn cây sẽ cho loại bơ gì và vào thời điểm nào. ▶ Đa phần các cây bơ cho quả vào cùng một thời điểm. Nhu cầu về công nghệ hoặc giống cho phép bơ ra quả quanh năm là rất cấp thiết. ▶ Ăn trộm quả. Vì hiện tại người nông dân trồng bơ rải rác nên rất khó trông coi bảo vệ cây khỏi trộm. Trong một hệ thống như vậy việc mở rộng diện tích sẽ khó khăn. ▶ Sâu và bệnh chưa phải là vấn đề nghiêm trọng ▶ Việc lệ thuộc vào người thu gom vì lượng thu nhỏ không thể phát triển quan hệ với người bán buôn. Những người thu gom bán cả các mặt hàng khác ngoài bơ, đây cũng là một nguyên nhân khiến người bán buôn muốn mua hàng từ người thu gom hơn là từ nông dân.
<i>Người nông dân không biết thị trường sẽ phát triển thế nào trong tương lai</i>	
<i>Cần ước tính nhu cầu bơ</i>	
<i>Thông tin thị trường</i>	
<i>Giống cải tiến</i>	<p>Ý tưởng về giải pháp và mong đợi của nông dân là:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Có một thị trường bơ lớn và ổn định để người dân triển khai phát triển bơ. Ngành công nghiệp chế biến bơ trong đó chính phủ có

<i>Chương trình tập huấn</i>	<p>thể tham gia cũng có thể thúc đẩy phát triển bơ.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Cung cấp thông tin về giá cả thị trường của bơ trên truyền hình ▶ Cung cấp cây bơ giống chất lượng cao ▶ Các chương trình đào tạo về cách chăm sóc cây bơ và phòng trừ dịch hại ▶ Chương trình đào tạo về quản lý sau thu hoạch ▶ Xây dựng cơ sở vật chất bảo quản đặc biệt để kéo dài thời gian bảo quản của bơ ▶ Một số người trồng bơ mong muốn có sự can thiệp của chính phủ trong việc định giá sàn cho bơ để ngăn chặn việc tư thương ép giá nông dân. ▶ Một số nông dân cũng mong muốn chính phủ hỗ trợ phát triển vùng bơ chuyên canh.
------------------------------	--

5.2 Nghiên cứu & Mở rộng

Trong đợt thực địa, chúng tôi đã chú trọng vào các tổ chức sau:

- ▶ WASI
- ▶ Công ty Tư vấn, Đầu tư và Phát triển Nông lâm Eakmat
- ▶ Trung tâm Giống cây trồng và vật nuôi Đắk Lắk
- ▶ Trung tâm Khuyến nông tỉnh Đắk Lắk
- ▶ Trạm khuyến nông huyện Krong Ana

Nghĩa là có hai tổ chức sau không nằm trong phân tích:

- ▶ Trường Đại học Tây Nguyên
- ▶ Trung tâm Ứng dụng khoa học & Công nghệ (CSTA)

Chúng tôi được biết trường đại học cũng có nghiên cứu về cây bơ trong khi Trung tâm Ứng dụng khoa học và công nghệ bán cây bơ giống. Chúng tôi hy vọng rằng trong tương lai gần khoảng cách về thông tin sẽ được thu ngắn lại.

5.2.1 WASI

<i>Chọn giống</i>	<p>Viện Khoa học Công nghệ Nông lâm Tây Nguyên (WASI) hiện có khoảng 90 nghiên cứu viên, 60 công nhân và 200 ha đất. Viện cũng có một vườn ươm bơ trong nhà lưới (30 m²) chất lượng chưa cao. Thêm vào đó, WASI có một vườn giống bơ với bộ sưu tập:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ 57 giống địa phương chọn lọc có tiềm năng cao ▶ 12 giống nhập nội: Hass, Booth và Fuerte
<i>Quỹ nghiên cứu bơ từ năm 2001</i>	<p>WASI tập trung nghiên cứu cây công nghiệp như cây cà phê, hạt điều, ca cao và cao su. Đã có những nghiên cứu về cây bơ cuối những năm 1970 rồi tạm ngưng vào những năm 1980 và phục hồi vào những năm '90 (xem Bảng 11). Tuy nhiên những nỗ lực nghiên cứu thực sự về bơ chỉ bắt đầu vào năm 2002 khi được chương trình chọn giống thuộc Sở Khoa học và Công nghệ (DOSTE) tài trợ. Giống không chỉ được thử nghiệm ở vườn bơ WASI mà còn ở các ruộng dân.</p>
<i>Các ước tính khác về kích cỡ ngành</i>	<p>Các nghiên cứu viên tham gia phỏng vấn tại WASI ước tính ngành bơ Đắk Lắk như sau::</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Tổng diện tích bơ Đắk Lắk là 5.000 hecta ▶ Năng suất trung bình trên một cây là 30 kg. Con số này quá thấp vì các nhà nghiên cứu cho rằng nhiều cây mới được trồng gần đây. ▶ Với mật độ cây là 100 cây trên 1 ha, năng suất bình quân hàng năm là 15.000 tấn/năm.

- ▶ Số người trồng bơ ước tính chiếm khoảng 30-40% số nông hộ ở Đắk Lắk.

Bảng 11 Dòng thời gian về những nghiên cứu do WASI tiến hành chú trọng tới cây bơ

Dòng thời gian WASI

Năm	Sự kiện chính
1979	Nghiên cứu tập trung vào cây ăn quả và cây công nghiệp
	Có những nghiên cứu đầu tiên về cây bơ (bao gồm 3 giống, diện tích vườn: 3 ha), và một số cây ăn quả khác như mít, sầu riêng và xoài
	WASI bắt đầu tập huấn và chuyển giao công nghệ cho dân
1981	Nghiên cứu về cà phê và ca cao
	Thu đợt bơ đầu tiên trong vườn giống
1990	Nghiên cứu cách ghép bơ
	Nghiên cứu về chọn lọc giống cây ăn quả địa phương chất lượng tốt tại Tây Nguyên
1997	Nghiên cứu về cà phê, hạt điều và ca cao được mở rộng
	Chuyển giao công nghệ do 3 đơn vị của WASI tại 3 tỉnh thực hiện: Đắk Lắk, Gia Lai, và Lâm Đồng
	Chuyển giao công nghệ tập trung chủ yếu vào nhận biết giống cải tiến. Trung bình có 3 khoá tập huấn một năm, mỗi khoá có 20-30 học viên (phần lớn là nông dân)
2002	Từ năm 2002 bơ được đặc biệt chú trọng. Một nghiên cứu lớn về xác định và bảo tồn giống bơ địa phương chất lượng cao tại Đắk Lắk và Lâm Đồng đã được thực hiện. Với ngân sách 200 triệu đồng, 57 giống địa phương đã được chọn lọc. Quỹ này do Sở Khoa học & Công nghệ tỉnh Đắk Lắk cấp. Một vườn bơ 2 ha được xây dựng với 53 giống địa phương triển vọng và 12 giống nhập nội
	Nghiên cứu về phương pháp ghép bơ đúng cách được hoàn chỉnh
2006-2010	Tiếp tục công tác lựa chọn giống
	Lập thí nghiệm tại các tỉnh Đắk Lắk, Gia Lai và Lâm Đồng trên diện tích 6 ha (2 ha mỗi vùng)
	Nghiên cứu phát triển các khuyến nghị sử dụng phân bón và hệ thống tưới tiêu cho bơ
	Tiến hành nghiên cứu về xử lý bơ sau thu hoạch
	Sản xuất cây bơ giống từ một số giống triển vọng trong vườn ươm WASI
	Tiếp tục nhập giống bơ mới
	Thử nghiệm giống nhập nội tại các vùng khác nhau. 12 giống đã được thử nghiệm trước đây tại Gia Lai và Lâm Đồng như đã trình bày ở trên.
	Giống nhập nội chưa được giới thiệu cho dân để sử dụng trong sản xuất
	Nhận được tài trợ từ Bộ NN & PTNN với ngân sách là 1.8 tỷ đồng cho chương trình: "Chọn giống và phương pháp xử lý sau thu hoạch và bảo quản bơ Tây Nguyên"

Những con số này khác nhiều so với ước tính của chúng tôi. Diện tích trồng gần gấp đôi con số mà chúng tôi thu được, trong khi năng suất trung bình một cây lại thấp hơn 9 lần so với ước tính của chúng tôi. Không rõ các nhà nghiên cứu ước tính 5.000 ha bơ như thế nào. Con số tổng sản lượng năm của chúng tôi cao gấp 3 lần con số mà các nhà nghiên cứu WASI đưa ra.

Nhu cầu muốn biết về cung và cầu đối với bơ

Như đã giải thích ở trên, con số mà chúng tôi thu thập được dựa trên các cuộc phỏng vấn với người bán buôn tại Đắk Lắk, vì thế chúng tôi hoàn toàn tin tưởng vào số liệu này. Tuy nhiên ít nhất chúng ta có thể ước tính con số về năng suất bình quân năm trong khoảng từ 15.000 tấn đến 40.000 tấn/năm

Để phục vụ cho các bước tiếp theo trong dự án cần phải nắm rõ tổng sản lượng hiện nay là bao nhiêu. Thông tin này sẽ giúp ngành bơ biết được khối lượng mà thị trường có thể tiêu thụ mà không làm sụt giá.

Các nhà nghiên cứu cũng đóng góp ý kiến về điểm mạnh và yếu

của ngành bơ Đắk Lắk. Mặc dù họ cho rằng giá cả thị trường biến động là một mối đe dọa nhưng họ cũng nhận thấy giá có xu hướng tăng. Những quan sát sâu hơn cho thấy điều kiện khí hậu và đất đai Đắk Lắk rất thích hợp cho phát triển bơ và bơ có thể trồng xen với cà phê. Điểm yếu phần lớn liên quan đến số lượng cây trên 1 nông hộ ít và mức độ xử lý sau thu hoạch.

Bảng 12 Nhận thức của các nhà nghiên cứu WASI đối với điểm mạnh và điểm yếu của ngành bơ Đắk

	Điểm yếu/Mối đe dọa	Điểm mạnh/Cơ hội
<i>Thời tiết tốt</i>	Giống chưa được chọn lọc và cải tiến	Điều kiện khí hậu và đất đai phù hợp với bơ
	Số lượng cây trên một nông dân nhỏ, chưa có vườn quả	Giá có xu hướng tăng
<i>Giá có xu hướng tăng</i>	Thiếu vốn	Dư thừa nhân công
	Không có công nghệ bảo quản	Cây bơ có thể trồng xen tạo bóng mát cho cà phê
	Thiếu kinh nghiệm học hỏi từ các nước phát triển.	Chương trình chọn lọc giống đang có kết quả bước đầu
	Giá cả thị trường của bơ không ổn định	

5.2.2 SIAEP

SIAEP tại tp. Hồ Chí Minh

Viện Kỹ thuật Nông nghiệp và Công nghệ sau thu hoạch phía Nam (SIAEP), đặt tại tp. HCM là một tổ chức chính phủ/bán tư nhân tập trung hỗ trợ người nông dân và các công ty tư nhân phát triển chiến lược sau thu hoạch đối với rau và hoa quả. Họ cũng tham gia thúc đẩy phân tích chuỗi giá trị, đào tạo những người đào tạo và thiết lập trường học tại ruộng cho dân. Những hệ thống dịch vụ công nghệ này do FAO, DANIDA và World Bank tài trợ.

Cho đến nay có rất ít nghiên cứu về bơ

Theo tiến sỹ Thọ, họ làm việc nhiều với người dân về cây xoài và thanh long trong những năm vừa qua. Họ đã và đang xem xét việc ứng dụng công nghệ sau thu hoạch, tạo ra không khí phù hợp sao cho quả có thể tươi lâu hơn và giảm tỷ lệ nhiễm sâu bệnh. Rõ ràng là cho đến nay họ vẫn chưa nghiên cứu về bơ. Tuy nhiên ông Thọ cho biết ông rất mong được tham gia vào chương trình hợp tác với DOSTE/WASI.

Quan tâm đến việc quản lý sâu bệnh khi chuyển sang độc canh

Tiến sỹ Thọ cảnh báo chúng tôi rằng nếu diện tích trồng bơ tăng thì sẽ có thể dẫn đến nguy cơ tăng sâu bệnh và nấm như Anthracnose và Phytophthora - những bệnh chắc chắn sẽ nghiêm trọng.

Một số nghiên cứu sau thu hoạch mới bắt đầu gần đây

Chúng tôi đã tới thăm phòng thí nghiệm của viện này. Có hai phòng thí nghiệm về nghiên cứu ứng dụng trong toà nhà:

- ▶ Phòng chứa cơ sở vật chất bảo quản lạnh nhỏ (loại 4 cửa),
- ▶ Thiết bị chẩn đoán nhanh độc tố thực vật (Phytotoxin), máy phân tích nước, dụng cụ xét nghiệm vi sinh.
- ▶ Phòng thí nghiệm phân tích gồm thiết bị sắc ký khí dùng để phân tích nồng độ khí và các vật liệu dễ bay hơi khác.

Theo nhân viên phòng thí nghiệm đã có một số thử nghiệm ban đầu về bơ được thực hiện:

- ▶ Sử dụng chitosan để thay đổi nồng độ không khí xung quanh

quả

- ▶ Áp dụng bảo quản lạnh và ảnh hưởng của nó đến kiểm soát sâu/bệnh.

Tuy nhiên vẫn chưa có kết quả của những thử nghiệm này.

Việc tách dầu bơ chưa từng được thực hiện. Chưa có dự án nào về việc này và trong trường hợp nếu có thì họ lại lo lắng là không có máy móc và phương pháp. Tuy nhiên, họ cũng đang thử tách dầu từ quả cây **neem** để trị một số loại sâu bệnh.

Hiện tại, SIAEP đang nhập dầu thực vật từ Australia và Mỹ để làm thuốc bảo vệ thực vật sinh học trị một số sâu bệnh trên cây thanh long và xoài. Các cán bộ của SIAEP cho biết họ sẵn sàng mở rộng dịch vụ cho các công ty/khách hàng bên ngoài.

5.2.3 Trường Đại học Nông lâm Thủ Đức

<i>Vừa triển khai</i>	<p>Thông qua mạng lưới của chúng tôi, chúng tôi được biết trong phòng công nghệ sau thu hoạch của trường Đại học Nông lâm Tp.HCM vừa triển khai một dự án tách dầu bơ. Dự án này do tiến sỹ Phan Thế Đông - người mà chúng tôi đã phỏng vấn chủ trì.</p>
<i>Dự án tách dầu bơ</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Lịch sử: Được truyền cảm hứng từ Hiệp hội Dầu Bơ Australia, tiến sỹ Phan Thế Đông đệ trình lên chính phủ Việt Nam đề cương “Sử dụng lipids (dầu) trong quả bơ Việt Nam (tất cả các cây trồng hiện có) làm dầu mỹ phẩm hoặc dầu ăn/nấu”. Ông đã tổ chức một nhóm 7 chuyên gia kỹ thuật của khoa những người sẽ làm việc với ông trong dự án 2 năm này: 2 kỹ sư, 2 thạc sỹ về khoa học thực phẩm, 2 tiến sỹ về thực phẩm và 1 tiến sỹ Đánh giá cảm giác. Dự án đã được phê duyệt năm nay và gần đây họ bắt đầu tiền khảo sát. Tổng ngân sách cho dự án là 200 triệu đồng do Bộ Giáo dục & Đào tạo Việt Nam tài trợ.
<i>Đối tác hợp tác thú vị</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Vật liệu và phương pháp: Tiến sỹ Đông chia sẻ với chúng tôi ngắn gọn về kế hoạch hoạt động của dự án. Tuy nhiên, do đợt thi đại học nên nhóm của ông vẫn chưa thể bắt đầu triển khai dự án. Việc tìm nguồn cây bơ ở các độ tuổi khác nhau sẽ được thực hiện tại Đà Lạt và Đắk Lắk. Ông cho biết, họ sẽ tách dầu theo cách truyền thống là sử dụng kỹ thuật dùng chất soxhlet và hexane. Việc phân loại a xít béo sẽ được phân tích sử dụng phương pháp ghi sắc ký. Ông tin tưởng vào công nghệ tách dầu bơ hiện có tại Australia và New Zealand. Ông đã kiểm được thông tin từ trên mạng. ▶ Kết quả mong đợi: Nhóm của ông hy vọng sẽ tạo ra một lượng đáng kể dầu bơ có màu và mùi thơm ổn định. ▶ Vấn đề và mối quan ngại. 1) Không có đủ nguồn mẫu khác nhau. Số lượng mẫu cần là: 5-10 Kg/ cây. Có thể là vấn đề liên quan đến hậu cần? 2) Máy chiết xuất công suất thấp.

5.2.4 EACIDC

Công ty Tư vấn, Đầu tư và phát triển Eakmat là một bộ phận của

<i>Một phần của WASI</i>	<p>WASI kể từ năm 2001. Nhiệm vụ của công ty này là chuyển giao công nghệ và buôn bán sản phẩm và công nghệ do WASI làm ra.</p>
<i>Bán cây bơ giống ghép</i>	<p>Liên quan đến sản phẩm trái bơ, EACIDC đã tập trung bán các giống bơ ghép. Năm 2006 EACIDC đã gom được 1.000 cây bơ giống ghép nhưng nhu cầu thị trường cao hơn rất nhiều. Nhân viên của cơ quan này tin rằng họ có thể bán được khoảng 4.000 – 5.000 cây giống. Tuy nhiên, trong năm 2007, EACIDC sẽ chuẩn bị 10.000 cây giống. Chi phí sản xuất cho mỗi cây giống là 3.000 đến 4.000 đồng và họ đã bán được giá 15.000 đồng/cây giống cho nông dân. Trong số cây giống bán được năm 2006, 65% là giống bơ vụ muộn và 35% là giống vụ sớm.</p>
<i>Chất lượng gốc?</i>	<p>Cây giống ghép được làm theo những cách sau:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Chưa có chọn lọc đặc biệt nào đối với gốc. Người ta mua hạt bơ rẻ và trồng thành gốc từ hạt này. ▶ Cành được ghép với gốc đã được chọn lọc cẩn thận từ cây có năng suất cao của người dân. Cũng như vậy, chất lượng quả, năng suất trái vụ và thời gian quả tươi lâu là tiêu chí lựa chọn quan trọng. <p>Ngoài EACIDC, còn có Trung tâm Ứng dụng khoa học và Công nghệ Đắk Lắk cũng đang bán cây bơ giống. Trong năm 2006 có khoảng 600 cây giống. Thêm vào đó, ước tính các nhà sản xuất giống tư nhân bán khoảng 3.000 – 4.000 cây giống trong năm 2006 với giá 10.000 – 12.000 đồng/cây.</p>
<i>Tư vấn, đào tạo và buôn bán</i>	<p>Các chức năng khác của EACIDC bao gồm:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Bán các cây giống khác như: cà phê, hạt điều, ca cao, và các cây ăn quả khác. ▶ Sản xuất và bán phân bón kích thích lá (NuCafe) cho cây cà phê – Một sản phẩm do WASI chế tạo ▶ Cung cấp dịch vụ tư vấn cho các công ty sản xuất như Trang trại Cà phê 715A, 715B, 715C, Dak Uy (thuộc Nhà nước), Nhà máy 83, Nhà Máy Đức Cường (tư nhân). Quan trắc độ phì của đất, sâu & bệnh để đưa ra giải pháp. ▶ Tổ chức các khóa tập huấn chuyển giao công nghệ cho người sản xuất và dịch vụ tư vấn miễn phí cho các nông hộ.

5.2.5 Trung tâm Khuyến nông Đắk Lắk

<i>Kể từ năm 1993</i>	<p>Trung tâm khuyến nông Đắk Lắk được thành lập năm 1993. Trước đó, đây là một chi nhánh của Trường trung cấp Nông nghiệp. UBND tỉnh đã quyết định đổi trường thành trung tâm khuyến nông khi nhu cầu đào tạo dạy nghề tăng cao. Giáo viên của trường trở thành cán bộ của trung tâm.</p> <p>Trung tâm có 39 cán bộ hợp đồng dài hạn. Có tổng số 13 trạm khuyến nông với 40 cán bộ khuyến nông trên toàn tỉnh. Không biết chắc về con số cán bộ khuyến nông chính xác có rất nhiều cán bộ thời vụ và mỗi trạm do huyện quản lý từ năm 2002.</p> <p>Từ năm 1996-2000, Trung tâm đã nhận được tài trợ từ DANIDA với tổng giá trị là 800.000 đô la Mỹ để mua thiết bị phục vụ công tác</p>
-----------------------	---

Tài trợ lớn từ Danida khuyến nông như xe máy (57), máy tính (25 bộ bao gồm cả máy in), máy ảnh kỹ thuật số, đài, máy chiếu, v.v... Tại thời điểm đó với những trang thiết bị này, Trung tâm khuyến nông Đắk Lắk được coi là trung tâm khuyến nông được trang bị tốt nhất ở Việt Nam.

Khoản vay cho nông dân Ngoài quỹ này, trung tâm cũng nhận được khoản vay 500.000 đô la Mỹ mà họ định dùng để cho nông dân vay với lãi suất bằng lãi suất của ngân hàng thương mại. Tuy nhiên, người dân không muốn vay tiền từ trung tâm vì thủ tục rắc rối hơn so với của ngân hàng thương mại.

Mở rộng cây trồng hàng năm Mục tiêu khuyến nông của tỉnh là thúc đẩy chuyển giao công nghệ cho cây hàng năm ở các xã vùng xa để giúp người dân có thể tự túc lương thực. Để thực hiện được các mục tiêu này cần có những hoạt động sau::

- ▶ Trong năm 1994, Trung tâm triển khai hoạt động khuyến nông với sự hợp tác của Sở NN & PTNT nhằm phát triển chương trình giống ngô lai là Bio-Seed. Trong chương trình này, hạt giống được cấp miễn phí cho nông dân với điều kiện là sau thu hoạch người dân phải trả bằng tiền mặt số tiền bằng 50% chi phí mua hạt giống. Tuy nhiên phần lớn người dân không trả tiền. Vì thế những người tham gia chương trình này ở Đắk Lắk hiện đang nợ khoảng 500 -600 triệu đồng.

- ▶ Trong năm 1996 – 1997, một thí nghiệm về lúa cạn (lúa trồng trên vùng cao) được thực hiện.

- ▶ Từ năm 1993, trung tâm cũng bắt đầu chú ý đến cây cà phê. Một hệ thống được thiết lập trong đó người dân tham gia vào thí nghiệm phải trả lại một phần chi phí đầu tư sau khi thu hoạch. Cán bộ khuyến nông chịu trách nhiệm thu phí. Nếu người dân không trả, cán bộ khuyến nông sẽ phải trả bằng tiền lương của chính mình. Đây chính là nguyên nhân dẫn đến xung đột giữa các cán bộ khuyến nông và những người tham gia vào chương trình thử nghiệm. Điều này cản trở cán bộ khuyến nông nỗ lực phát triển cây cà phê và cây ca cao.

- ▶ Ước tính số lượng học viên trong các khóa tập huấn của Trung tâm là khoảng 10.000 người một năm, trong đó 30% là người dân tộc thiểu số. Tuy nhiên, không xác định được số nông dân chưa bao giờ tham gia khóa đào tạo vì việc chọn lựa học viên là do các xã quyết định.

3 vùng khuyến nông Ngân sách của Trung tâm do Tỉnh cấp. Theo Quyết định 352 của tỉnh, trung tâm được cấp ngân sách hàng năm là 700 triệu đồng kể từ năm 1998. Trong số tiền này, 300 triệu đồng dành cho chi phí đi lại của cán bộ và số 400 triệu đồng còn lại để làm thí nghiệm và mở các lớp tập huấn.

Có ít thí nghiệm đối với cây lâu năm hơn Tỉnh Đắk Lắk được chia thành 3 vùng. Vùng I là vùng ít phát triển nhất có những người nghèo nhất và vùng III là vùng giàu nhất với số nông dân giàu nhất. Người dân từ vùng I phải trả 50% chi phí đầu tư cho thí nghiệm, người dân vùng II phải trả 70% và vùng III trả 100%. Do đó, cả cán bộ khuyến nông và nông dân vùng I và II đều không muốn tham gia vào bất kỳ một chương trình thử nghiệm nào.

Tuy nhiên, vì trồng cây lâu năm thu hồi chi phí đầu tư lâu hơn và rủi

ro cao hơn nên các mô hình thí nghiệm thường thực hiện với cây hàng năm.

Các câu lạc bộ nông dân

Trong vòng 4 năm qua, Bộ NN & PTNT đã cấp ngân sách cho Trung tâm nhiều hơn. Trung tâm đã nhận được 1 tỷ đồng 1 năm cho công tác khuyến nông.

Thông tin thị trường

Chưa có công trình nào về bơ

Chú trọng chăn nuôi bò và trồng ca cao hơn

Kể từ năm 2001 (sau khi giá cà phê sụt giảm mạnh), đã có một vài thay đổi trong chiến lược khuyến nông:

- ▶ Công tác khuyến nông tập trung hơn vào cây trồng/vật nuôi chủ đạo (chẳng hạn như: lúa lai). Đối với lúa lai, nông dân ở vùng III, II, những người nghiêm ngặt tuân theo chỉ dẫn kỹ thuật đạt được năng suất 7-8 tấn/ha.
- ▶ Trung tâm đã giúp đỡ thành lập các câu lạc bộ nông dân. Những câu lạc bộ này được trang bị một thư viện lưu trữ các sách kỹ thuật, và được cấp ngân sách cho các hoạt động thu thập thông tin.
- ▶ Những người tham gia vào các thí nghiệm thường là thành viên của các câu lạc bộ. Trung tâm đã cố gắng thu hút các những người không phải là thành viên tham gia vào thí nghiệm những không mấy thành công.
- ▶ Sau khi giá cà phê sụt giảm, nông dân đã quan tâm hơn đến thông tin về giá cả thị trường của nông sản. Năm 2003, Sở NN & PTNT lên kế hoạch thành lập trung tâm xúc tiến thương mại với mục tiêu thu thập và phổ biến thông tin thị trường cho người dân. Tuy nhiên, nhiệm vụ này được chuyển giao cho Trung tâm khuyến nông do Sở thiếu cán bộ hợp đồng dài hạn. Hiện tại, trung tâm cung cấp thông tin giá cả của 24 mặt hàng nông sản cho các xã 10 ngày một lần. Trung tâm Xúc tiến Thương Mại thuộc Phòng Thương Mại tỉnh Đắk Lắk cũng chịu trách nhiệm cung cấp thông tin thị trường về các mặt hàng vàng bạc trang sức, vật liệu xây dựng, và cả những mặt hàng nông sản trọng điểm. Tuy nhiên hiện tại không có sự trao đổi thông tin giữa hai trung tâm này.
- ▶ Do nhu cầu cây giống tăng mạnh nên một trung tâm riêng biệt đã được thành lập: Trung tâm giống vật nuôi và cây trồng Đắk Lắk.
- ▶ Chưa có công tác nào về bơ được tiến hành.

Theo giám đốc trung tâm, những trở ngại chính trong công tác khuyến nông bao gồm:

- ▶ Trung tâm chỉ đại diện cho cấp huyện chứ không ở cấp xã.
- ▶ Những cán bộ khuyến nông giàu kinh nghiệm ở cấp huyện thường được giao việc hành chính và không làm khuyến nông nữa

Giám đốc trung tâm này cung cấp cho chúng tôi những thông tin thú vị về chiến lược nông nghiệp của tỉnh. Kể từ khi giá cà phê sụt giảm, chiến lược của tỉnh tập trung hơn vào đa dạng hoá nguồn thu nhập. Trong giai đoạn 2006-2010, tỉnh tập trung hơn vào phát triển ngành chăn nuôi gia súc, mở rộng diện tích trồng ca cao và hạt điều.

Vì nhu cầu về thịt gia tăng và chăn nuôi gia súc hiện chiếm khoảng 10% tổng sản lượng nông nghiệp nên chính phủ đang đầu tư gia

tăng sản lượng bò đang khá thấp hiện nay bằng việc đưa vào các giống cao sản (Shind and Bradman).

Ngành ca cao và hạt điều được thúc đẩy bằng việc cấp miễn phí cây giống cho nông dân.

5.2.6 Trung tâm khuyến nông Krong Ana

<i>Kể từ năm 2002 do huyện quản lý</i>	<p>Trung tâm khuyến nông huyện Krong Ana được thành lập năm 1994 và là một bộ phận của trung tâm khuyến nông tỉnh Đắk Lắk như đã trình bày trong phần trước. Kể từ năm 2002, nhân sự của trung tâm này do UBND huyện quản lý. Hiện trung tâm có 3 nhân viên dài hạn và 2 nhân viên hợp đồng ngắn hạn có bằng kỹ thuật nông nghiệp.</p>
<i>Tập huấn</i>	<p>Chức năng của trung tâm:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Là một cơ quan trung gian giữa các tổ chức, viện nghiên cứu nhà nước và nông dân ▶ Thực hiện đào tạo kỹ thuật chăn nuôi gia súc, phương pháp canh tác, và xây dựng các mô hình thử nghiệm.
<i>Thu thập thông tin thị trường</i>	<ul style="list-style-type: none"> ▶ Buôn bán giống lúa và ngô ▶ Thu thập và cung cấp thông tin thị trường của một số sản phẩm.
<i>Phổ biến thông tin về giá</i>	<p>Do nhu cầu về giá nông sản của người dân tăng nên trạm đã báo cáo với huyện và nhận được hướng dẫn từ phía huyện. Chi phí cho thu thập và cung cấp thông tin do trạm chi trả. Kể từ năm 2003, cán bộ trạm đã thu thập thông tin về giá cả của các mặt hàng nông sản định kỳ 1 tuần 1 lần như: lúa, cà phê, hạt điều, thịt lợn, thịt bò, gà, v.v... Nguồn thông tin lấy từ người bán lẻ trên thị trường và các đại lý vật tư nông nghiệp. Báo cáo về giá trị trường được in và gửi tới các xã. Không rõ người dân tiếp cận thông tin này ở cấp xã ra sao. Giá bơ không được thu thập vì nhu cầu thấp.</p>
<i>Không thu thập giá bơ</i>	<p>Thêm vào đó, báo cáo thị trường cũng được phát trên đài phát thanh của tỉnh và đăng trên trang web www.daktra.com của Trung tâm Xúc tiến Thương mại Đắk Lắk (thuộc Sở Du lịch Đắk Lắk).</p> <p>Tư vấn/đào tạo kỹ thuật:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Hàng trăm người dân (sống gần trạm) thường xuyên đến trạm để lấy thông tin về các giống cây trồng/vật nuôi mới cũng những kỹ thuật sản xuất mới nhất. ▶ Trung bình có 100 khoá tập huấn về kỹ thuật canh tác và chăn nuôi gia súc được tổ chức một năm. Có khoảng 30-40 học viên mỗi lớp. Trong số 100 khoá có 30 khoá do UBND huyện cấp kinh phí 1.2 – 1.5 triệu đồng/khoá. Số tiền còn lại do các tổ chức khác tài trợ như hội phụ nữ và nông dân xã. ▶ Ước tính khoảng 30% số nông dân trong huyện chưa từng tham gia khoá tập huấn nào. ▶ Trong vòng 2 năm qua, số khoá đào tạo đã tăng. Số người đến trạm hỏi về kỹ thuật canh tác và chăn nuôi cũng tăng đáng kể. <p>Về kế hoạch sản xuất của huyện, trung tâm khuyến nông đã cho chúng tôi biết những thông tin sau:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Trong kế hoạch phát triển 5 năm của huyện (2006-2010), không

- Không có chiến lược phát triển bơ*
- ▶ có chiến lược phát triển bơ.
 - ▶ Trạm Khuyến nông đã đưa bơ vào danh sách cây trồng cần thu thập giá thị trường.
 - ▶ Chính sách phát triển của huyện (2006-2010) là ổn định diện tích cà phê và ngô lai, tăng tỷ phần chăn nuôi trong GDP nông nghiệp từ 15 – 17% chủ yếu tập trung vào chăn nuôi bò. Dự kiến tăng số lượng bò lên 16.700 con đến năm 2010 (dựa trên số liệu thống kê năm 2004 là 1.400 con bò).

Về vấn đề trồng bơ, trung tâm ước tính có khoảng 20% trong số 50.000 hộ trong huyện đang trồng bơ. Diện tích quy đồng đặc là 400 ha. Trung bình một hộ trồng 4- 5 cây. Năng suất trung bình là 100 kg/cây.

20% trong 50.000 hộ trồng bơ

Thành phần các cấp hộ ở Krông Ana theo ước tính của trung tâm khuyến nông như sau:

- ▶ Hộ giàu: chiếm khoảng 5% tổng số hộ, thu nhập trên 50 triệu đồng/năm.
- ▶ Hộ khá: chiếm khoảng 35%, thu nhập bình quân: 20-40 triệu đồng/năm
- ▶ Hộ trung bình: chiếm 40%; thu nhập: 10-15 triệu đồng/năm.
- ▶ Hộ nghèo: chiếm 20%; thu nhập: dưới 10 triệu đồng/năm

Không có sự khác biệt giữa các cấp hộ và số cây bơ. Các hộ nghèo vẫn trồng bơ.

5.2.7 Trung tâm giống cây trồng và vật nuôi Đắk Lắk

Nông trường giống cây trồng

The main function of the centre is to collect plant varieties, animal species and to produce and trade seedlings and breeding animals. The Centre has 42 permanent staff and three experimental stations:

- ▶ Easo beef cattle farm with an area of 92 ha
- ▶ Hoa Xuan rice seedling farm: area of 30 ha
- ▶ Collective farm: area of 30 ha

Đã có bơ kể từ năm 2004

Trung tâm có một nông trường giống cây trồng (trong trang trại của nông trường), bao gồm:

- ▶ 1 ha hạt điều (kể từ năm 1999)
- ▶ 2 ha ca cao (kể từ năm 1999)
- ▶ 2,000 m² bơ (kể từ năm 2004).

Có 5 giống hạt điều và 5 giống ca cao được Bộ NN & PTNT chứng nhận đưa vào sản xuất. Thêm vào đó, 3 giống ca cao được Bộ cấp chứng chỉ tạm thời.

Trung tâm có mối liên hệ làm ăn với một công ty giống ở miền Nam và một công ty giống cao cấp ở Hải Phòng. Trung tâm lấy giống lúa từ công ty này để bán cho dân vì họ không sản xuất đủ.

6 giống bơ

Năm 2006, trung tâm đã cung cấp 60.000 cây giống điều và 48.000 cây giống ca cao cho dân ở MaDrak và KrôngBong với sự trợ giúp về tài chính của tỉnh. Bên cạnh đó, trung tâm đã bán được 420.000 cây giống chanh và cây keo.

Lên kế hoạch bán cây bơ giống vào năm 2007

Trung tâm hiện có 6 giống bơ mua từ WASI. Cho đến nay trung tâm chưa sản xuất được giống cũng như cây bơ giống nào do nhu cầu thị trường ít.

Tuy nhiên, trung tâm hy vọng sẽ tăng diện tích nông trường bơ lên 1 ha trong năm 2007-2008 nhằm cung cấp gốc, chồi và mắt cho dân để họ có thể ghép cây. Những cán bộ được phỏng vấn ước tính có khoảng 20% số hộ trồng cà phê có đủ kinh nghiệm để tự ghép.

Nhu cầu về cây giống của cây ăn quả cao nhất hiện nay ở Đắk Lắk là sầu riêng.

5.3 Nhà sản xuất cây giống

Có thể thấy rõ trong các phần trước là có khá nhiều tổ chức chính phủ tham gia vào sản xuất cây giống:

- ▶ WASI
- ▶ Công ty Tư vấn, Đầu tư, và Phát triển Nông lâm Eakmat
- ▶ Trung tâm Ứng dụng khoa học và Công nghệ Đắk Lắk
- ▶ Trung tâm Giống cây trồng và vật nuôi Đắk Lắk.

Có rất ít nhà sản xuất giống bơ tư nhân

Bên cạnh các nhà sản xuất giống được nhà nước cấp kinh phí này còn có một vài nhà sản xuất cây giống ở khu vực tư nhân cũng bán cây bơ giống. Tuy nhiên con số này rất ít vì dường như nhu cầu về cây bơ giống cũng chỉ mới xuất hiện. Chúng tôi đã trò chuyện với một nhà sản xuất giống tư nhân. Những cây giống được bán chủ yếu là cà phê, sầu riêng, lê, và 1 ít bơ. Tư thương về cây giống này lấy cây bơ giống từ Trung tâm Ứng dụng khoa học và Công nghệ.

Theo cán bộ của EACIDC, cây bơ giống do nhà sản xuất cây giống tư nhân sản xuất thường có chất lượng kém do họ không ghép cẩn thận các giống chọn lọc vào gốc.

5.4 Nhà cung cấp vật tư hoá chất nông nghiệp

Vì hoá chất nông nghiệp không đóng vai trò quan trọng trong sản xuất bơ (cho đến nay) nên chúng tôi chỉ phỏng vấn một người bán lẻ hoá chất nông nghiệp. Người này có 12 năm kinh nghiệm trong việc kinh doanh phân bón và thuốc trừ sâu. Kể từ năm 2000, chị bắt đầu kinh doanh hạt giống lúa, ngô, và đậu xanh. Ở huyện của chị ở Krong Ana, không có ai bán cây bơ giống.

Lịch sử kinh doanh phân bón của chị như sau:

- ▶ Năm 1994, lượng phân hoá học bán ra hàng tháng là 10-20 tấn, trong đó 40% cho lúa và 60% cho cà phê.
- ▶ Trong giai đoạn 1994-1998, lượng bán tăng 30-40 tấn/tháng do giá cà phê tăng.
- ▶ Từ năm 1999 cho tới nay chị bán khoảng 30 tấn/tháng
- ▶ Hiện có khoảng 20 người bán lẻ phân bón tại Krong Ana

Bán chịu

Tư thương này phân bón phần lớn bán chịu cho dân với lãi suất 1.5%/tháng (theo giá thị trường). Chị bán cho 60 nông dân, trong đó 20% trả tiền ngay hoặc sau một vài lần mua. Số 80% còn lại trả tiền sau khi thu hoạch. Đôi khi người dân mua phân bón chịu rồi

	(trong trường hợp cần tiền gấp) bán lại cho người khác với giá thấp hơn. Với những trường hợp rất khó lấy lại tiền.
<i>Đại lý bán lẻ ở Krong Ana: không bán hoá chất nông nghiệp cho bơ</i>	<p>Trước năm 2000, chỉ có 5 người bán lẻ thuốc BVTV cấp 1 ở Krong Ana. Sang năm 2006, con số này tăng lên đến 20 đại lý cấp 1. Những đại lý này thuê kỹ thuật viên tìm sâu/bệnh và tư vấn loại thuốc cần dùng. Cách làm này chủ yếu áp dụng cho cây lúa.</p> <p>Đề cập đến vấn đề kinh doanh thuốc BVTV, người dân thường trả tiền ngay sau khi mua vì lượng hàng và số tiền khá ít.</p> <p>Để kinh doanh thuốc BVTV, đại lý cần phải có chứng chỉ kinh doanh thuốc BVTV và được các công ty thuốc tập huấn về thuốc BVTV</p> <p>Theo đại lý bán lẻ ở Krong Ana, không có người dân nào mua phân bón và/hoặc thuốc BVTV cho bơ.</p>

5.5 Người thu gom

<i>Vai trò quan trọng của người thu gom</i>	<p>Người thu gom đóng vai trò quan trọng trong ngành bơ. Họ chịu trách nhiệm thu hoạch bơ từ hàng ngàn người dân, vận chuyển rồi bán cho người bán buôn. Trong đợt thực địa chúng tôi quan sát thấy con số người thu gom rất lớn. Khi ở thị trấn Phước An thuộc huyện Krong Pak, chúng tôi đã đếm được 100 người thu gom chuyên cung cấp bơ cho người bán buôn trên huyện chỉ trong vòng từ 9 – 11 h vào ngày 4 tháng 7. Trong cuộc thảo luận nhóm tập trung với một vài người thu gom, chúng tôi được biết chỉ riêng ở huyện Krong Pak đã có 400 người thu gom đang hoạt động.</p>
<i>Các nhóm người thu gom</i>	<p>Có hai nhóm người thu gom. Những người thu gom làm công việc thu gom quanh năm và những người nông dân chỉ thu gom trong vụ bơ chính. Những người thu gom quanh năm chuyển sang cây trồng khác khi bơ trái vụ. Chẳng hạn như cà phê, tiêu, mít, và măng cầu.</p> <p>Một người bán buôn ở huyện Krong Ana về những người thu gom đã cho chúng tôi biết có 60 người thu gom cung cấp hàng cho cô, và cô đã chia những người thu gom này thành hai nhóm:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Những người thu gom thường xuyên là những người làm quanh năm, chiếm khoảng 80% số người cung cấp hàng cho cô, trong đó 10 người là mối quen và cung cấp bơ hàng ngày. ▶ Những người nông dân ở quanh khu cô ở chỉ làm thu gom khi nông nhàn (20%).

5.5.1 Nguồn hàng

<i>Lấy bơ từ nông dân</i>	<p>Người thu gom lấy hàng trực tiếp từ dân. Có 2 phương thức lấy hàng khác nhau giữa người thu gom và nông dân. Theo cách đơn giản nhất, người thu gom đến gặp nông dân để mua bơ theo kg hoặc trả tiền cho cả cây. Người thu gom giỏi có thể ước tính “bằng mắt” khá chính xác một cây họ có thể thu được bao nhiêu cân. Đối với những cây cho quả to, khoảng 500 – 800 g một cây, người thu gom thường trả theo kg sau khi cân quả.</p>
---------------------------	---

<i>Hệ thống đặt cọc</i>	Cách thứ 2 là hệ thống đặt cọc, trong đó người thu gom trả trước cho nông dân vài tháng hoặc 1 năm trước khi thu hoạch. Người thu gom làm theo cách này đối với những cây cho quả ngon hoặc cho quả trái vụ. Điều cần thiết và tiên quyết là mối quan hệ lâu năm giữa người thu gom và người nông dân.
<i>Hồ sơ cây bơ</i>	Theo cách này, những người thu gom chuyên nghiệp có thể lập ra một loại “hồ sơ” các cây bơ tốt. Con số cây tốt rải rác trên một diện tích rộng lên đến hàng trăm cây.

5.5.2 Chỉ số chín

Khi nào thì có thể thu hoạch? Một trong những kỹ năng quan trọng mà người thu gom cần phải có là xác định thời điểm thu hoạch. Quả bơ chỉ chín sau khi thu hái nên không dễ nhận biết khi nào thì có thể thu được. Nếu hái quá sớm bơ sẽ không thể đạt được độ chín ngon.

Một người thu gom bơ chuyên nghiệp sử dụng những cách như sau:

- Phương pháp của người thu gom chuyên nghiệp*
- ▶ Anh đến thăm “những cây mà anh đã đặt hợp đồng” một tuần một lần để kiểm tra độ chín của quả khoảng 4 tháng sau khi cây ra hoa
 - ▶ Lấy 18 quả làm mẫu ở 4 phía của cây và kiểm tra độ chín. Mẫu có thể đại diện với kích cỡ khác nhau: to, vừa, và nhỏ. Những quả nhỏ hơn không có nghĩa là chưa chín. Kích cỡ của quả không phải là tiêu chí xác định độ lớn. Mặc dù vậy, giá bán của những quả to hơn mà có cùng chất lượng thì cao hơn.
 - ▶ Đặc tính của quả đã chín hoặc có thể thu hái được hay còn gọi là thông số độ chín:
 - Kết cấu bề mặt mịn
 - Vỏ quả khô, có thể dễ dàng bóc được
 - Hạt gắn với thịt quả (**meso-carp**)
 - ▶ Phương pháp lấy mẫu bằng cách làm hỏng (bỏ quả bơ ra) để xem trái bơ đạt điểm bao nhiêu theo chỉ số chín đã đề cập ở trên
 - ▶ Sau khi lấy mẫu, người thu gom có thể nắm được thời điểm thu thích hợp
 - ▶ Thường việc thu hái được thực hiện vào buổi sáng sớm.
 - ▶ Không hái tất cả bơ trong cùng một ngày, vì không phải tất cả quả trên cùng một cây đều cùng chín một lúc. Những quả chưa chín vào cuối vụ, tức là có thể bán được với giá cao hơn.

5.5.3 Thu hoạch

- Phương pháp thu hái: rất thô sơ*
- Người thu gom sử dụng một vài phương pháp thu hái như sau:
- ▶ Rung cây cho đến khi quả rơi xuống.
 - ▶ Dùng sào chọc rồi ném quả xuống một tấm bạt trải trên mặt đất
 - ▶ Căng tấm bạt lên rồi ném bơ vào
 - ▶ Để một người trèo lên cây và dùng tay hoặc cái sào hái quả, sau đó ném quả cho một người ở dưới đất, người này cầm một túi ni lông được căng giữa hai thanh gỗ để hứng quả.

Nói chung, phương pháp thu hái và xử lý rất mạnh tay và làm quả dập nát nhiều. Có vẻ như người thu gom không biết việc xử lý quả ảnh hưởng như thế nào đến sản phẩm cuối cùng khi đến với người tiêu dùng. Thường thì quả ở cao trên mặt đất khoảng 10 m. Có thể

lúc hái quả bơ vẫn còn cứng nên không thấy ngay được dập nát.

Sau khi thu bắt đầu tiến hành phân loại tại vườn, quả hỏng bị ném bỏ. Bơ được cho vào túi đựng gạo hoặc phân bón bằng nylon rỗng sau khi cân và được vận chuyển trong các sọt sắt đặt ở 2 bên xe máy của người thu gom.

Thường thì người thu gom không phân loại bơ mà chỉ mang bơ vừa hái đến người bán buôn ở huyện hoặc thành phố Buôn Ma Thuột. Những người thu gom có phân loại bơ thu được lợi nhuận cao hơn.

5.5.4 Lãi suất

Lãi suất và thu nhập

Lãi suất và thu nhập mà người thu gom kiếm được từ buôn bán bơ phụ thuộc vào:

- ▶ Lượng hàng bán được trong một ngày
- ▶ Nếu người thu gom phân loại bơ trước khi bán cho người bán buôn.
- ▶ Loại bơ: Bơ Nước, bơ Mỡ hay bơ Sáp
- ▶ Chi phí nhiên liệu tính theo khoảng cách vận chuyển.

Những người thu gom không chuyên có thể kiếm được 112.000 đồng/ngày

Lượng bán mỗi ngày của người thu gom khoảng từ 100 đến 500 kg.

Lợi nhuận giữa những người thu gom rất khác nhau. Bảng 13 là ví dụ về một người thu gom mua phần lớn là Bơ Nước và không tự phân loại. Mặc dù vậy, ông vẫn kiếm được lợi nhuận tương đối. Vì người thu gom này chỉ có đủ tiền mua 200 kg bơ/ngày nên ông kiếm được 112.000 đồng/ngày. Ví dụ trong bảng 14 là một người thu gom chuyên nghiệp tự phân loại bơ và chủ yếu mua Bơ Sáp và Bơ Mỡ. Người thu gom này lãi 275.000 đồng/tấn, đây cũng là số tiền mà ông kiếm được một ngày.

Bảng 13 Lợi nhuận (đồng/tấn) của một người thu gom không phân loại và chỉ mua Bơ Nước

- Giá mua (đồng/tấn)	500.000
- Vận chuyển (đồng/tấn)	100.000
+ Giá bán (đồng/tấn)	1.160.000
▪ 40% quả to (1.400/kg)	560.000
▪ 60% quả nhỏ (1.000/kg)	450.000
Tổng lợi nhuận (đồng/tấn)	560.000

Để tính thu nhập thuần cho cả hai người thu gom, phải khấu trừ việc giảm giá và chi phí bảo trì xe máy của họ.

Bảng 14 Lợi nhuận (đồng/tấn) của một người thu gom chuyên nghiệp có phân loại quả

- Giá mua (đồng/tấn)	1.000.000
- Vận chuyển (đồng/tấn)	100.000
- Chi phí thu hoạch (đồng/tấn)	200.000
+ Giá bán (đồng/tấn)	2.025.000
▪ 5% loại đặc biệt (3.500/kg)	175.000
▪ 15% loại I (3.000/kg)	450.000
▪ 60% loại II (2.000/kg)	1.200.000
▪ 20% loại III (1.000/kg)	200.000
Tổng lợi nhuận (đồng/tấn)	725.000

Hộp 1 Nghiên cứu trường hợp về một người thu gom bơ nhỏ, ông Y Drung

Ông Y Drung đã thu gom bơ được 5 năm trong vụ chính. Thời gian còn lại trong năm ông trồng cà phê. Y Drung hiện đang trồng 3 cây bơ nhưng chưa ra quả.

Lượng thu mua và nguồn hàng.

- ▶ Lượng bơ thu mua hàng ngày của ông là 150 kg
- ▶ Ông lấy hàng chủ yếu từ những người dân tộc thiểu số trong làng
- ▶ Theo Y Drung, kể cả ông trong làng có khoảng 8 người thu gom hoạt động trong vụ chính.
- ▶ Ông mua bơ theo cây. Y Drung mua bơ trái từ 10 cây bơ của 2-3 nông dân, trả tiền trước – khi quả vẫn còn nhỏ. Khả năng tài chính chỉ cho phép ông mua được một lượng như vậy.
- ▶ Ông trả nông dân khoảng 100.000 – 50.000 đồng/cây, hoặc 500 đồng/kg vì 3 cây trong số 10 cây ông mua cho 200 kg/cây và 7 cây cho 100 kg/cây.
- ▶ Ông chỉ mua “Bơ Nước” và cho tất cả bơ thu được vào cùng một giỏ mà không phân loại.
- ▶ Trong 2 năm đầu, ông mua bơ trong giỏ (do người dân tộc thiểu số làm) nặng 5-6 kg.
- ▶ Trong 3 năm gần đây, người thu gom chuyển sang mua theo cả cây.
- ▶ Trong năm năm qua, sản lượng bơ vẫn không thay đổi trong khi đó giá cả thị trường đã tăng gấp đôi, thậm chí gấp 3 lần.

Khách hàng của Y Drung:

- ▶ Hai khách hàng quen của Y Drung là bà Ba ở Duy Hoà và Sáu Tư ở ngã ba gần bến xe Đắk Lắk. Trước đây, Y Drung bán cho 2 người mua buôn này một lượng như nhau. Tuy nhiên hiện giờ ông bán phần lớn cho bà Ba. Mặc dù Y Drung có thể bán cho bà Sáu Tư với giá cao hơn nhưng đường về nhà bà Sáu Tư lại xa hơn so với bà Ba, nghĩa là ông có ít lãi hơn vì giá xăng tăng.

Giá bơ

- ▶ Trước năm 2003 Y Drung mua bơ với giá 200 đồng/kg và bán

Nghiên cứu trường hợp một người thu gom đơn giản

Mua theo cây: có vẻ như nông dân bán với giá thấp

Chọn người mua buôn dựa vào khoảng cách

Giá tăng	<p>với giá 500 – 600 đồng/kg. Hiện tại ông mua vào với giá 500 đồng/kg và bán được giá 1.400 đồng/kg quả to và 1.000 đồng/kg quả nhỏ.</p>
Cho đến nay có mối quan hệ tốt với người mua buôn	<p>Giao dịch</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Y Drung thu bơ tại vườn của dân và chở đến chợ của người mua buôn rồi nhận tiền ngay. ▶ Y Drung không phân loại và không bao giờ trữ bơ ở nhà. ▶ Vì Y Drung không có điện thoại di động nên người mua buôn thường đặt hàng trước 1 ngày. Giá bơ do người mua buôn định nhưng Y Drung không bao giờ cảm thấy bị ép giá. ▶ Y Drung cho biết mối quan hệ giữa ông và những mối mua buôn cho đến nay rất tốt.
Cần giống bơ tốt hơn	<p>Hỗ trợ từ chính quyền địa phương và mong muốn</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Cho đến nay chưa có hỗ trợ nào từ phía chính quyền địa phương cho cây bơ ▶ Y Drung biết về giá bơ rất ít, điều này khiến ông khó thương lượng giá. Tuy vậy dường như ông không lo lắng vì ông đã kiếm được lợi nhuận tương đối khá. ▶ Ông hy vọng có những giống bơ chất lượng cao hơn để ông có thể trồng bơ. Hiện bơ ở làng của Y Drung không được quản lý theo hình thức trang trại một cách nghiêm túc mà chủ yếu trồng để phục vụ cho gia đình. Vì thế ông rất tin tưởng vào tương lai tươi sáng của ngành bơ

5.5.5 Khó khăn & mong muốn

Nhìn chung người thu gom không có nhiều khó khăn. Những vấn đề lớn nhất mà họ đề cập là:

- ▶ Không có đủ vốn để đặt cọc
- ▶ Có kiến trên cây trong khi thu hái
- ▶ Một vấn đề mà những người thu gom không nhận biết được nhưng rất dễ nhận thấy: cách thu hái và vận chuyển bơ quá mạnh tay. Điều ảnh hưởng nghiêm trọng đến khả năng cạnh tranh của ngành bơ Đắk Lắk.
- ▶ Một vài rủi ro trong việc trả trước khi đặt cọc mua cả cây, tuy nhiên vấn đề không nghiêm trọng lắm
- ▶ Không có thông tin về giá ở chợ bán lẻ cuối nguồn

Nhiều người thu gom hy vọng có giống bơ chất lượng tốt và có hệ thống đảm bảo chất lượng khi mua cây giống. Một số người thu gom muốn cung cấp những cây giống chất lượng cao như vậy cho người nông dân. Họ còn mong muốn biết cách trồng bơ theo cách chuyên nghiệp hơn.

5.6 Người bán buôn ở Đắk Lắk

5.6.1 Phân nhóm

Phân nhóm

Dựa theo công tác thực địa của chúng tôi có thể phân biệt ba nhóm

<i>Phân nhóm</i>	<p>người bán buôn:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Người bán buôn ở BMT : khoảng 30 ▶ Người bán buôn ở huyện: khoảng 126 ▶ Những người bán buôn đặc biệt có vựa ở Đăk Lăk và cửa hàng ở chợ bán buôn Hóc Môn và Thủ Đức ở tp.HCM. Chúng tôi đã thăm 3 cửa hàng như vậy.
<i>Người bán buôn ở huyện & BMT</i>	<p>Sự khác biệt chủ yếu giữa người bán buôn ở huyện và ở BMT là người bán buôn ở huyện thường tự lấy trực tiếp một phần từ nông dân. Trước đây có rất ít người bán buôn ở huyện và mọi thứ đều phải thông qua người bán buôn ở BMT. Tuy nhiên với việc phát triển cơ sở hạ tầng (đường xá, điện thoại) và mối quan tâm đến bơ tăng lên, tự thương từ những thành phố khác đã bắt đầu tìm nguồn trực tiếp từ các huyện.</p>

5.6.2 Người cung cấp

<i>Người thu gom cung cấp</i>	<p>Đa phần những người cung cấp chính là người thu gom. Trong vụ chính, những người bán buôn lớn phải làm việc với 50 người thu gom một ngày, trong khi đó vào lúc trái vụ họ chỉ lấy hàng của 10 người thu gom/ngày.</p> <p>Những mối làm ăn một lần giữa người bán buôn và người thu gom thường diễn ra tại chỗ và không có hợp đồng. Tuy nhiên phần lớn người bán buôn cho biết họ cố gắng duy trì mối quan hệ tốt với những người thu gom. Đặc biệt với những mối thu gom quen và có uy tín họ còn mua hết hàng cho người thu gom kể cả khi họ đã mua đủ hàng ngày hôm đó. Việc này khiến người thu gom sẵn sàng mang hàng đến cho họ kể cả khi bơ khan hiếm.</p>
-------------------------------	---

5.6.3 Phân loại và đóng gói

<i>Phân loại là một việc quan trọng</i>	<p>Phần lớn những người thu gom mang bơ chưa được phân loại đến cho người bán buôn. Sau đó người bán buôn phải dành khá nhiều thời gian để phân loại bơ. Trong vụ chính phải mất khoảng 1 giờ với ba nhân công để phân loại 1 tấn bơ. Bơ được phân loại theo kích cỡ quả, hình dạng, màu và độ mịn của vỏ. Giai đoạn chín chưa phải là một yếu tố phân loại quan trọng vì bơ được đưa đến người bán buôn ở Đăk Lăk chỉ một vài giờ sau khi thu.</p>
<i>Xử lý bơ mạnh tay, kém vệ sinh</i>	<p>Một vài người bán buôn cho biết họ không mua bơ chưa được phân loại nữa mà chỉ muốn mua bơ đã được người thu gom phân loại để họ có thể tập trung hơn vào kinh doanh lượng lớn bơ chất lượng cao.</p> <p>Người bán buôn đóng gói bơ trong một giỏ tre 100 kg. Bên cạnh đó, họ còn dùng hộp các tông, túi ni lông và túi dứa. Không có nhà lạnh cũng như không sử dụng hoá chất để bảo quản bơ.</p> <p>Sau khi phân loại, bơ được chở đến các tỉnh miền Nam trong cùng ngày thu vào khoảng 17:00h và tới các tỉnh phía Bắc vào 5 giờ sáng ngày hôm sau.</p> <p>Một lần nữa chúng tôi chứng kiến cách bảo quản bơ hết sức thô sơ từ phía người bán buôn. Các giỏ bơ được dỡ xuống và đặt trên sàn xi măng nên dễ bị dập nát. Sàn cũng rất bẩn là nơi kích thích quá</p>

trình phân huỷ vi khuẩn. Không kể những hư hỏng này, hao hụt sau thu hoạch tại vựa của người bán buôn tại Đắk Lắk sau khi phân loại là khoảng 5%.

5.6.4 Vận chuyển

Các phương tiện vận chuyển chính ở tp. HCM là xe tải từ 4 đến 10 tấn để chở bơ. Ở một số nơi sử dụng dịch vụ xe khách có thể chở từ 1 đến 4 tấn. Tuy nhiên trong vụ chính tư thương từ các thành phố khác đi xe tải riêng đến tận vựa của người bán buôn ở huyện để mua bơ với khối lượng lớn.

Xe máy chất trên nóc các sọt bơ

Lại một lần nữa bơ không được bảo quản cẩn thận. Chúng tôi chứng kiến nhiều xe buýt chở bơ (trong sọt tre) trên nóc xe, được che đậy sơ sài khó tránh khỏi mưa và nắng. Trên những sọt bơ này đôi khi còn chất cả xe máy lên trên. Những chiếc xe buýt này đi thẳng ra Hà Nội (trên 30 giờ) nên có thể hình dung điều gì sẽ xảy ra với những trái bơ này.

5.6.5 Khối lượng và thị trường

Lượng thu mua khoảng từ 2-10 tấn

Trong vụ chính, người bán buôn bán khoảng 2-10 tấn bơ/ngày. Khi trái vụ, con số này là 0.2 đến 1 tấn/ngày. Một yếu tố ảnh hưởng nhiều đến doanh thu hàng ngày là thời tiết. Vì chủ yếu bơ được dùng làm sinh tố bơ nên nhu cầu bơ tăng đáng kể khi thời tiết nóng, trong khi đó vào những ngày mưa cầu bơ giảm mạnh.

Trên 35 thị trường của bơ Đắk Lắk

Người bán buôn ở Đắk Lắk đã chuyển bơ đi khắp nước. Bảng 15 trình bày khái quát tất cả những điểm đến do người bán buôn ở Đắk Lắk cho biết vì họ có những khách hàng quen ở đây.

Đường dây liên hệ xuất khẩu sang Trung Quốc?

Tp. HCM là thị trường quan trọng nhất cho đến nay, ước tính nhập khoảng 30% bơ từ Đắk Lắk. Tuy vậy, không nên đánh giá thấp 35 thị trường còn lại. Điều thú vị là một người bán buôn bán cho một tư thương ở Hải Phòng và người này thường xuất khẩu bơ đi Trung Quốc. Đây có thể là đường dây liên hệ thú vị để theo dõi xem liệu Trung Quốc có phải là thị trường bơ tiềm năng hay không.

Bảng 15 Thị trường bơ Đắk Lắk theo thông tin mà người bán buôn ở Đắk Lắk cung cấp

Trên khắp Việt Nam

HCMC	<i>Rạch Giá</i>	Mỹ Tho	Đức Mỹ
Hà Nội	Bến Tre	Đồng Tháp	Nghệ An
Đà Nẵng	Tây Ninh	Tiền Giang	Ninh Thuận
Nha Trang	Long Khánh	Vinh	Huế
Cần Thơ	Quảng Ngãi	Bình Định	Trà Vinh
Cam Ranh	Hải Phòng	Buôn Hồ	Phan Ri
Quy Nhơn	Hoà Khánh	Phan Thiết	Bình Thuận
Khánh Hoà	Ninh Bình	Tuy Hoà	Phú Yên
<i>inh Phước</i>	<i>Quảng Nam</i>	<i>Phan Rang</i>	

Hình 15 Xe khách BMT-Hà Nội với các sọt bơ trên nóc xe và trên các sọt bơ là 1 chiếc xe máy



Hộp 2 Nghiên cứu điểm - chị Lan, một người bán buôn của huyện tại thị trấn Phước An, huyện Krông Pak

Người bán
buôn ở huyện
với khách
hàng chính tại
Nha Trang

Chị Lan bán bơ cho người bán buôn tại Nha Trang. Chị cũng bán các mặt hàng nông sản khác như gừng, bí xanh, và sầu riêng đi Nha Trang. Khách hàng của chị ở chợ Dam (Nha Trang). Hiện chị đang chuyển hàng lên Nha Trang bằng chiếc xe tải chở xi măng đến Đắk Lắk. Chị thường đi cùng hàng tới Nha Trang hàng ngày.

Chị chủ yếu mua bơ từ người thu gom. Chị mua tất cả các loại bơ nhưng thích bơ quả to, vỏ xanh và cơm vàng. Chị thanh toán bằng tiền mặt ngay sau khi chuyển hàng tới vựa của chị.

Có khoảng 3 người bán buôn lớn đang hoạt động tại thị trấn Phước An. Lượng bơ giao dịch trung bình hàng ngày là 10 tấn/ngày/người bán buôn khi vào vựa cao điểm. Có khoảng 7 người bán buôn ở thị trấn Phước An

Giá bơ mà người bán buôn mua vào là 1.400 – 4.000 đồng/kg, tùy thuộc vào độ lằng bóng của vỏ và kích cỡ quả.

Thành phần	Mua vào (Đồng)	Bán ra (Đồng)	Chú thích
Người bán buôn ở huyện Krông Pak			
> 800gr	4.000 – 4.500	4.500 – 5.000	5% tổng lượng
500gr > 800gr	3.000 – 3.500	3.300 – 4.000	Khoảng 15%
300gr > 500gr	1.900 – 2.800	2.000 – 3.000	Khoảng 60%
< 300gr	800 – 1.400	1.200 – 1.500	Khoảng 20%
Người thu gom ở huyện Krông Pak			
- Mua cả cây	1.000	800 – 2800	Cây có quả < 500gr/quả
- Mua theo kg	1500 – 3000	3000 – 4500	Cây có quả > 500gr
Tư thương ở Nha Trang			
> 800gr	4.500 – 5.000	7.000 – 10.000	
500gr > 800gr	3.300 – 4.000	5.000 – 6.000	
300gr > 500gr	2.000 – 3.000	4.000 – 5.000	
< 300gr	1.200 – 1.500	2.000 – 3.000	

Chi phí tiếp thị do người mua ở Nha Trang chi trả:

- Chi phí vận chuyển: 120.000 đồng/tấn
- Túi nylon: 2.500 đồng/65kg

- Sọt tre : 5.000 đồng/sọt/100kg
- Giấy hoặc bìa các tông: 2.000 đồng/sọt/100kg
- Chi phí bốc hàng: 1.500đ/ một sọt 65 kg hoặc 3.000đ một sọt 100 kg
- Chi phí dỡ hàng: 6.000đ/sọt 65 kg và 10.000đ/ sọt 100 kg
- Lệ phí chợ: 3.000/sọt 65 kg hoặc 5.000 đ/sọt 100 kg

5.6.6 Người mua

Người mua bơ phần lớn là người bán buôn ở các thành phố khác. Mặc dù một số nhà buôn BMT cũng cấp hàng cho người bán lẻ lớn, đơn vị kinh doanh thực phẩm và siêu thị. (**Câu không đầy đủ - Incomplete sentence: Although some BMT wholesalers also supply large retailers, food catering business and supermarkets**). Một tư thương ở BMT cung cấp hàng cho siêu thị Big C, công viên Đầm Sen và khu du lịch Suối Tiên ở tp.HCM.

Ưa chuộng của thị trường

Bơ ngon cao cấp được vận chuyển đến các thành phố lớn nhất, đặc biệt là Hà Nội. Người bán buôn cho biết thị trường ưa chuộng những loại quả như sau:

- ▶ Bơ quả to, trên 300 g/quả
- ▶ Bơ Sáp hoặc Bơ Mỡ
- ▶ Quả thuôn dài
- ▶ Da láng bóng
- ▶ Màu xanh sáng
- ▶ Cơm màu vàng, ngậy

Tuy nhiên bơ có vỏ sù sì lại có vị ngon đặc biệt

Một vài người bán buôn ở huyện cho biết theo kinh nghiệm của họ thì những trái bơ có vỏ sù sì lại đặc biệt ngon. Tuy vậy do vỏ sù sì nên thị trường không ưa chuộng loại quả này.

Danh sách đến những người quyết nợ

Đơn đặt hàng được thực hiện qua điện thoại 2 hoặc 3 ngày trước khi giao hàng. Thanh toán tiền qua tài khoản hoặc qua người lái xe tải sau khi đã giao hàng cho khách hàng.

Những giao dịch này được thực hiện dựa trên lòng tin chứ không có hợp đồng. Đôi khi người mua không trả tiền nhưng trường hợp này không nhiều. Nếu người mua không trả tiền, tên của người đó sẽ được đưa vào một loại danh sách đen không chính thức về người bán buôn quyết nợ ở Buôn Ma Thuột. Vì phần lớn người bán buôn ở Buôn Ma Thuột có cửa hàng rất gần nhau nên thông tin này sẽ nhanh chóng được truyền cho nhau nghe.

5.6.7 Lợi nhuận

Người bán buôn ở huyện mua với giá thấp hơn

Bảng 16 và Bảng 17 trình bày lợi nhuận trên 1 tấn mà một người bán buôn ở huyện và một người bán buôn ở BMT kiếm được. Lợi nhuận này chưa tính chi phí vận chuyển và chi phí đóng gói vì chi phí này do người mua trả.

Người bán buôn ở BMT kiếm lãi ít hơn nhưng tổng

Người bán buôn ở huyện kiếm lời cao hơn vì mua được giá thấp hơn. Nếu người thu gom đưa hàng cho người bán buôn ở BMT, họ phải đi xa hơn và muốn bán với giá cao hơn. Người bán buôn ở huyện có vẻ như gần nguồn hàng hơn.

doanh thu cao hơn nên thu nhập cao hơn

Người bán buôn ở BMT đi theo chiến dịch lợi nhuận nhỏ nhưng khối lượng lớn. Nếu chúng ta nhìn vào thu nhập cuối cùng sẽ thấy họ kiếm được nhiều hơn người bán buôn ở huyện vì người bán buôn ở BMT thường thu mua khoảng 10 tấn một ngày trong khi người bán buôn ở huyện thu mua 2-5 tấn/ngày.

Bảng 16 Lợi nhuận trên 1 tấn bơ của người bán buôn ở huyện

Giá mua vào (đồng/ tấn)	2.025.000
+ 5% loại đặc biệt (3.500/kg)	175.000
+ 15% loại I (3.000/kg)	450.000
+ 60% loại II (2.000/kg)	1.200.000
+ 20% loại III (1.000/kg)	200.000
Giá bán (đồng/ tấn)	2.460.000
+ 5% loại đặc biệt (4.500/kg)	225.000
+ 15% loại I (3.300/kg)	495.000
+ 60% loại II (2.500/kg)	1.500.000
+ 20% loại III (1.200/kg)	240.000
Hao hụt (2%)	123.000
Tổng lợi nhuận	385.800

Bảng 17 Lợi nhuận trên 1 tấn bơ của người bán buôn ở BMT

Giá mua vào (đồng/tấn)	3.200.000
+ 20% loại I (4.500/kg)	900.000
+ 60% loại II (3.500/kg)	2.100.000
+ 20% loại III (1.000/kg)	200.000
Giá bán (đồng/tấn)	3.400.000
+ 20% loại I (4.700/kg)	940.000
+ 60% loại II (3.700/kg)	.220.000
+ 20% loại III (1.200/kg)	240.000
+ Hao hụt 2%	68.000
Tổng lợi nhuận (đồng/tấn)	132.000

Hộp 3 Nghiên cứu điểm một người bán buôn ở Buôn Ma Thuột

Nghiên cứu điểm người bán buôn giàu kinh nghiệm

Bắt đầu từ năm 1991

Tóm tắt

Người bán buôn này có 14 năm kinh nghiệm kinh doanh bơ, măng cầu, gừng và chuối. Bơ là sản phẩm chính và là mặt hàng kinh doanh quanh năm. Mùa bơ chính vụ là từ tháng 4 đến tháng 8. Người bán buôn này thuê từ 3 đến 4 nhân công và có thêm 3 thành viên gia đình tham gia trong vụ chính.

Lịch sử

Gia đình người này đến từ BMT từ năm 1991 và bắt đầu kinh doanh từ đó. Ban đầu, họ chờ tư thương từ các tỉnh khác đến mua hàng ở cửa hàng của họ. Kể từ năm 1994, họ trở nên năng động hơn và bắt đầu đi thăm các chợ bán buôn ở nhiều thành phố để tìm khách hàng. Việc này

Trong chính vụ 10 tấn/ngày

đã khiến công việc kinh doanh bơ được mở rộng đáng kể và tư thương này hiện có khách hàng quanh năm tại tp. HCM, Đà Nẵng, Hà Nội và Hải Phòng. Con gái của tư thương này tốt nghiệp Trường Đại học Quản trị kinh doanh tại tp. HCM và có ngoại ngữ tốt. Cô rất muốn phát triển công ty bằng việc kiếm thêm khách hàng bán lẻ (các siêu thị) tại thành phố HCM, Hà Nội, và Đà Nẵng.

Lượng hàng kinh doanh và nguồn hàng

Trong vụ chính (tháng 6, 7, 8), doanh số bán là 10 tấn/ngày. Tư thương này có thể mua 20 – 30 tấn/ngày nếu hàng sẵn vì ông có mối bán. Trong thời điểm trái vụ (tháng 2-3 và tháng 10-11), doanh số bán ra là từ 200 kg đến 1 tấn/ngày.

Khu vực cung cấp nằm trong bán kính 100 km, bao gồm Đắk Min, Việt Đức và Cư'Mgar. Theo kinh nghiệm của ông, bơ Việt Đức có chất lượng tốt nhất. Hiện tại ông mua bơ chưa được phân loại, sau đó ông tự phân loại. Ông thích quả to, da bóng láng.

Một vài năm trước nguồn cung hạn chế quanh năm và chủ yếu là quả nhỏ. Tuy nhiên nguồn cung đã tăng dần trong hai năm vừa qua do cầu tăng ở miền Bắc và Tây Nam. Ông cho rằng nguồn cung tăng là bởi vì người dân đã ghép bơ thành công giúp tăng sản lượng và cho ra nhiều trái to.

Người cung cấp/Người thu gom

Phần lớn người cung cấp là người thu gom. Chỉ có một số nhỏ là lái xe tải nhỏ và người nông dân. Vào chính vụ, có khoảng 100 người thu gom mỗi ngày trong khi chỉ có 10-20 người thu gom lúc trái vụ.

Có khách hàng trên cả nước

Khách hàng

Khách hàng là người bán buôn ở Hà Nội, Hải Phòng, Sài Gòn, Bến Tre, Ninh Bình, Thái Bình, Bình Thuận, và một số tỉnh Tây Nam Bộ. Ông không có khách hàng bán lẻ hay người tiêu dùng trực tiếp. Bơ được chuyển đến chợ bán buôn ở Hà Nội và tp. HCM đều đặn quanh năm. Một khách hàng của ông ở Hải Phòng mua từ 500 – 700 kg bơ/ngày để xuất đi Trung Quốc. Bơ cho thị trường bơ Hà Nội và tp. HCM là “Bơ Sáp” có cơm vàng và quả to (2 quả/kg). Bơ cung cấp cho Hà Nội thường có chất lượng cao hơn (quả to, da bóng láng) so với bơ chuyển đi các tỉnh phía Nam. Bơ chất lượng thấp được cấp cho Quảng Nam và Quảng Ngãi. Trở ngại chính trong quá trình chuyển xa tới Hà Nội là tỷ lệ hao hụt cao (20-30%) do dập nát và hư hỏng.

Có mối liên hệ với Trung Quốc

Giá mua từ người thu gom (đồng/kg)

Mùa	Loại		
	I	II	III
Trái vụ	15.000	15.000	15.000
Chính vụ	3.000-5.000	1.500-1.600	500

Lợi nhuận thấp

Tại thời điểm phỏng vấn, giá bán cao hơn giá mua là 200 kg/kg. Giá cả thay đổi tùy theo kích cỡ quả, màu sắc, hình dạng và vỏ. Chẳng hạn như: quả thuôn dài, da bóng láng và màu xanh bán được giá cao hơn so với quả nhỏ hình tròn. Giá bơ trái vụ cao hơn đáng kể do lượng cung ít và chất lượng tốt. Trong thời điểm chính vụ, giá giảm do lượng cung lớn hơn.

Giao dịch

Bơ được thu gom và đóng gói tại nhà kho của ông để vận chuyển đi

các nơi. Đơn đặt hàng qua điện thoại và thanh toán qua tài khoản ngân hàng (thanh toán 1 lần sau 2 – 3 lần giao hàng) hoặc bằng tiền mặt (một lần 1 tuần). Không có hợp đồng chính thức, việc làm ăn dựa trên chữ tín song phương.

Trở ngại và cơ hội

- Trở ngại chính trong kinh doanh bơ là lượng cung hạn chế trong thời điểm trái vụ khi giá cao hơn rất nhiều
- Ngày càng có nhiều thị trường hơn, đặc biệt là ở miền Nam Việt Nam và nước ngoài. Do vậy, tư thương này mong muốn có bơ chất lượng cao hơn và có quanh năm để ông có thể sản xuất được bơ chất lượng cao trong bốn mùa. Ông cũng hy vọng rằng hợp tác xã nông dân được thành lập để ông có thể cùng họ xuất khẩu bơ đi các nước.

5.6.8 Khó khăn và cơ hội

Nguồn cung thấp khi trái vụ là trở ngại chính

Khó khăn:

- ▶ Khó khăn chính như tất cả những người bán buôn đã đề cập ở trên là họ mong muốn có nhiều hàng hơn khi trái vụ, đặc biệt là thời điểm từ tháng 11 đến tháng 2.
- ▶ Tỷ lệ nguồn cung bơ lóng bóng, quả to và xanh (Bơ Mỡ) quá thấp.
- ▶ Những ngày mưa xuất hiện nhiều vấn đề liên quan đến chất lượng (cuống bị thối).
- ▶ Nhu cầu thị trường hàng ngày biến động và lệ thuộc vào thời tiết
- ▶ Người bán buôn ở huyện phàn nàn về chất lượng đường xá kém trong mùa mưa khiến việc chuyên chở bơ từ vườn đến vựa của người bán buôn gặp khó khăn.
- ▶ Khó kiếm xe tải trong “những ngày không may mắn”

Nhu cầu thị trường tăng, đặc biệt ở ở miền Bắc Việt Nam

Cơ hội

- ▶ Nhu cầu thị trường bơ ngày càng tăng
- ▶ Tư thương nhận biết được tương lai tươi sáng của ngành bơ. Họ tin rằng thị trường bơ có thể phát triển tốt hơn nhiều đặc biệt là ở miền Bắc Việt Nam. Thị trường Hà Nội và Hải Phòng có tiềm năng lớn nhưng chưa được đáp ứng.

Mong muốn/giải pháp:

- ▶ Tư thương mong muốn chính phủ hỗ trợ tìm thị trường trong nước và nước ngoài cho ngành bơ.
- ▶ Sản xuất được giống cải tiến

5.7 Người bán buôn ở tp.HCM

5.7.1 Tổng quan

Trong vụ chính có khoảng 100 người bán buôn bơ ở tp.HCM

Chợ bán buôn chính ở tp.HCM là Thủ Đức và Hóc Môn. Trong vụ chính, số người bán buôn bơ ở những chợ này khoảng 100 người. ở 2 chợ bán buôn này có khoảng 15 – 20 người bán buôn chuyên bán bơ quanh năm. Trong vụ chính có khoảng 100 tấn bơ mỗi ngày được giao dịch ở 2 chợ lớn của tp.HCM.

Vùng cung cấp chính cho các chợ bán buôn ở tp.HCM là tỉnh Đắk Lắk, Đắk Nông, Long Khánh (thuộc tỉnh Đồng Nai), và Đà Lạt (tỉnh Lâm Đồng).

	Lâm Đồng). Trong các tháng 5-8, nguồn cung chủ yếu từ Đắk Lắk. Từ tháng 9 đến tháng 10, Đà Lạt là nguồn cung cấp chính. Trong tháng 11 và 12 nguồn cung hạn chế hơn. Từ tháng 1 đến tháng 4, bơ chủ yếu được cấp từ Long Khánh. Tư thương coi bơ Đà Lạt là bơ có chất lượng kém nhất, chủ yếu là Bơ Nước.
<i>Đà Lạt trở thành nguồn cung chính khi Đắk Lắk vào dịp trái vụ</i>	Bơ chủ yếu được bán ở tp. HCM và các tỉnh Tây Nam và Trung bộ. ở tp.HCM bơ chủ yếu được bán cho người bán lẻ, trong khi ở các tỉnh khác bơ được bán cho người bán buôn.
	Nhu cầu bơ tăng lên trong thập kỷ qua. Nhiều tư thương giàu kinh nghiệm cho biết lượng bán của họ đã tăng 5 lần trong 10 năm qua.

5.7.2 Phân loại

<i>Tốc độ phân loại từ 60 kg/giờ – 160 kg/giờ</i>	Việc phân loại bơ chiếm nhiều công sức của người bán buôn nhất. Thường thì họ thuê khoảng 3-4 nhân công làm việc cả ngày để phân loại. Một người bán buôn phân loại bơ rất cẩn thận cho biết một người có thể phân loại khoảng 450 kg bơ trong 1 ngày làm việc (khoảng 60 kg/giờ). Người bán buôn này rất đặc biệt vì chúng tôi có thể thấy bơ của ông được lựa chọn và phân loại rất cẩn thận từ 20 tổ hợp khác nhau. Những người bán buôn khác ít chính xác hơn khi nói mất khoảng 2 nhân công trong 2 ngày để phân loại 5 tấn bơ, tức là khoảng 160 kg/người/ngày.
<i>Mức chín khác nhau</i>	Người bán buôn ở tp.HCM lấy bơ có các mức chín khác nhau như: bơ có thể ăn ngay, có thể ăn ngày hôm sau và có thể ăn sau 2 ngày. Họ phải tự sáng tạo ra các cấp như vậy.
<i>Tiếp tục phân loại....</i>	Mặc dù người bán buôn ở Đắk Lắk đã phân loại rồi nhưng người bán buôn ở tp.HCM vẫn phân loại lại vì bơ chín không đều. Hơn nữa, rõ ràng là có hao hụt do hư hỏng sau thu hoạch sau khi bơ bắt đầu chín. Việc xử lý bảo quản chưa đúng cách và điều kiện vệ sinh kém cũng làm bơ dễ thối.
<i>Bơ Nước hay Bơ Sáp? Đó chính là câu hỏi</i>	Một vấn đề quan trọng là làm thế nào để phân biệt được Bơ Sáp và Bơ Mỡ với Bơ Nước. Bơ Sáp được bán với giá cao hơn nhưng rất khó nhận biết đâu là Bơ Sáp hay Bơ Nước nếu chỉ nhìn bề ngoài. Chỉ những tư thương rất có kinh nghiệm mới có thể phân biệt được và đôi khi họ vẫn bị nhầm. Một tư thương ước tính rằng ông chỉ chính xác khoảng 70%. Để chắc chắn chỉ có thể bỏ quả bơ ra xem. Một số tư thương tận dụng việc này để trộn Bơ Nước với lô hàng Bơ Sáp và bán với giá của Bơ Sáp.
<i>Bỏ lỡ cơ hội xuất khẩu sang Đài Loan</i>	Việc bơ chín không đều, các giống khác nhau và bị hư hỏng nhiều làm người bán buôn phải mất nhiều thời gian trong việc phân loại bơ, thời gian mà đáng lẽ họ có thể dùng để kinh doanh. Chẳng hạn như một người bán buôn cho chúng tôi biết có một tư thương Đài Loan đến cửa hàng của ông để tính việc xuất khẩu bơ nhưng ông không dám nhận cơ hội làm ăn này vì nguồn cung bơ có chất lượng không đồng đều.

Hộp 4 Nghiên cứu điểm về một người bán buôn ở chợ Hóc Môn

Chị Thảo là một người bán buôn bơ ở chợ bán buôn Hóc Môn tại

<p><i>Tư thương có cửa hàng ở Đắk Lắk và tp.HCM</i></p>	<p>tp.HCM. Chị lấy hàng từ một cửa hàng bán buôn ở huyện EaHleo, tỉnh Đắk Lắk vốn là người nhà của chị. Cửa hàng ở Đắk Lắk này lấy hàng 2-3 ngày một lần với số lượng 5 – 6 tấn, trong đó 30% từ nông dân và 70% từ người thu gom. Bên cạnh lượng hàng chuyển lên Hóc Môn, chị Thảo bán khoảng 2 tấn trong vòng 2 đến 3 ngày trực tiếp từ EaHleo tới các tỉnh khác.</p>						
<p><i>Nông dân không cần trong trong việc thu hái</i></p>	<p>Gia đình chị Thảo mua bơ từ 70 người mỗi ngày, trong đó 20 là nông dân và 50 là người thu gom. Giá mà gia đình chị trả cho người thu gom thường cao hơn giá trả cho nông dân là 200 đồng/kg. Lý do là vì người thu gom tính công thu hoạch, thu gom và xăng xe. Chị Thảo chỉ nhận bơ đã chín. Bơ chất lượng xấu bị trả lại cho người nông dân/thu gom. Chị không rõ họ làm gì với số hàng bị trả lại này, có thể là bán cho người bán buôn/người bán lẻ khác hoặc cũng có thể dùng làm thức ăn cho gia súc. Lượng hàng trả lại là khoảng 20% cho nông dân và 5% cho người thu gom. Thảo gợi ý rằng người trồng bơ cần thu hái cẩn thận hơn để có thể giảm số lượng quả bị dập nát. Hơn nữa, nếu dịch vụ cung cấp được cải thiện (nhanh hơn) thì hoạt động kinh doanh sẽ phát triển hơn. Chị sẵn sàng trả giá cao hơn cho những quả đã được phân loại và đóng gói.</p>						
	<p>Bốn năm trước chị mua 20% số bơ từ người thu gom và 80% từ nông dân. Tuy nhiên 50% số quả sau thu của nông dân bị dập do cách thu hái (rung cây). Kể từ đó phần lớn việc thu hái do người thu gom đảm nhiệm vì có kỹ năng thu hái tốt hơn, vì thế quả của người thu gom có chất lượng cao hơn.</p> <p>Bơ được thu gom 2 ngày và vận chuyển đến Hóc Môn vào ngày thứ 3. Bơ được phân loại theo kích cỡ quả, có 3 loại như sau:</p>						
	<table border="0"> <tr> <td>Loại I:</td> <td>5.000 đồng/kg (3 quả/kg)</td> </tr> <tr> <td>Loại II:</td> <td>4.000 đồng/kg (4-5 quả/kg)</td> </tr> <tr> <td>Loại III:</td> <td>3.000 đồng/kg (6 quả/kg)</td> </tr> </table>	Loại I:	5.000 đồng/kg (3 quả/kg)	Loại II:	4.000 đồng/kg (4-5 quả/kg)	Loại III:	3.000 đồng/kg (6 quả/kg)
Loại I:	5.000 đồng/kg (3 quả/kg)						
Loại II:	4.000 đồng/kg (4-5 quả/kg)						
Loại III:	3.000 đồng/kg (6 quả/kg)						
	<p>Chị bán hết 5 tấn trong vòng 2-3 ngày. Việc phân loại được thực hiện 2 lần trong một ngày. Mỗi lần mất khoảng 4 giờ với 2 nhân công. Để phân loại 5 tấn mất 2 nhân công trong 16 giờ. Khách mua bơ chín cần bán ngay trong ngày. Một số khách hàng mua cả quả chín và xanh rồi mang bán ở chợ bán lẻ. Mỗi đêm Chị Thảo bán cho khoảng 30-40 người bán lẻ. Mỗi người mua khoảng 30 kg và có 4 – 5 khách hàng mua 20kg/người.</p>						
<p><i>Thời tiết năm 2006 bắt thuận hơn 2005 → doanh số bán ít hơn</i></p>	<p>Chị Thảo đã kinh doanh bơ được 4 năm. Năm đầu tiên chị bán ở Ea Hleo và 3 năm sau ở Hóc Môn. Chị thuê một cửa hàng ở chợ Hóc Môn trong vụ chính từ tháng 4 đến tháng 8. Sau khoảng thời gian này khi bơ trở nên khan hiếm hơn, chị Thảo trở về nhà ở Ea Hleo tại Đắk Lắk để hỗ trợ gia đình kinh doanh bơ trái vụ. Chị cũng thu gom bơ ở Ea Hleo để bán cho tư thương Hà Nội và tp.HCM. Lợi nhuận chị kiếm được trong giai đoạn này rất cao.</p>						
	<p>Chị Thảo cho biết cho đến nay tiêu thụ bơ năm 2005 cao hơn so với năm 2006. Năm 2005 chị bán 5 tấn bơ mỗi ngày thay vì trong vòng 2-3 ngày như năm nay. Theo chị, nguyên nhân chính là do thời tiết năm 2005 ấm hơn nên người tiêu dùng dùng nhiều bơ hơn (vì bơ còn được gọi là “loại quả mát”). Năm nay nhiều mưa hơn nên ảnh hưởng tiêu cực đến việc bán hàng. Mặc dù bơ được biết là loại quả tốt cho sức khỏe nhưng người tiêu dùng không biết các cách chế biến bơ ngoại trừ việc làm sinh tố.</p>						
<p><i>Hao hụt sau thu hoạch khi</i></p>	<p>Hao hụt sau thu hoạch do dập nát khoảng 1 trên 5 tấn trong vụ sớm, nghĩa là khoảng 20%, và 200 – 300 kg trong 5 tấn trong vụ chính (4-</p>						

trái vụ là 20%
là chính vụ là
4-5 %

5%). Quả bị hỏng thường được ném ra đường. Một số người đến lựa ra một số quả thối ít để mang về nhà (không biết mục đích để làm gì). Số còn lại do Công ty Môi trường Đô thị thu gom để làm phân trộn compost. Trong vụ chính, nguyên nhân chủ yếu gây ra hao hụt là dập nát trong khi vận chuyển. Trong vụ sớm hao hụt là do hái sớm.

Tái sử dụng
sọt

Bơ chín xấu mã được bán cho người bán rong với giá 1.500 đồng/kg. 5 tấn bơ của chị Thảo được bán cho những khách hàng sau:

- Loại I (quả to): khách hàng là người thu gom cho các cửa hàng bán lẻ (1.5 tấn)
- Loại II (quả vừa): khách hàng là chủ cửa hàng bán lẻ (2 tấn)
- Loại III (quả nhỏ và bị dập): khách hàng là người bán rong (1.5 tấn).

Một sọt bơ giá 10.000 đồng. Sọt này có thể tái sử dụng 4-5 lần nếu được thu gom và vận chuyển ngược trở về cửa hàng của chị Thảo tại Đắk Lắk. Tuy nhiên, chị Thảo không có phương tiện vận chuyển để mang những chiếc sọt này về vì thế chị chỉ sử dụng 1 lần. Một hộp xốp cũng có giá 10.000 đồng nhưng lại không thể dùng được vì hấp nhiệt và làm hỏng trái bơ.

Kinh nghiệm
sau thu hoạch

Theo kinh nghiệm của mình, chị Thảo dùng những phương pháp làm chín bơ nhanh như sau:

- ▶ Cho chuối vào cùng hộp với bơ
- ▶ Gói bơ với lá chuối, lá bơ hoặc giấy
- ▶ Dùng chần cốt tong phủ lên bơ
- ▶ Làm ẩm bơ

Để giữ cho bơ không bị chín, chị xếp bơ vào nơi thoáng gió. Thường thì mức chín của một lô 5 tấn bơ được vận chuyển từ Đắk Lắk tới cửa hàng của chị ở Hóc Môn như sau:

- ▶ Một tấn chín trong ngày đầu tiên
- ▶ Hai tấn chín trong ngày thứ 2
- ▶ Số còn lại chín trong ngày thứ 3.

5.7.3 Hao hụt sau thu hoạch

Người bán
buôn có cửa
hàng riêng ở
Đắk Lắk có
hao hụt sau
thu hoạch thấp
hơn

Bất chấp thực tế là bơ sau khi thu đến tp. HCM khá nhanh, thu vào buổi sáng và đến tp.HCMC giữa đêm, hao hụt sau thu hoạch vẫn rất cao.

Trong vụ chính, người bán buôn ở tp.HCM ném bỏ 5 – 10% số bơ mà họ mua trong khi một số người bán buôn khác cho biết họ mất từ 20 – 40% trong vụ chính. Có vẻ như có mối liên hệ giữa cách lấy hàng và hao hụt sau thu hoạch. Những người bán buôn ở tp.HCM mà có cửa hàng ở tỉnh Đắk Lắk cho biết hao hụt sau thu của họ ít hơn của những người bán buôn đặt hàng từ người bán buôn ở Đắk Lắk.

Hao hụt trái vụ
cao

Trong thời điểm trái vụ, hao hụt sau thu hoạch cao hơn rất nhiều. Ngay cả người bán buôn có cửa hàng ở Đắk Lắk cũng mất 20%. Nguyên nhân chính là do quả được thu khi vẫn còn chưa chín, vì người thu gom muốn kiếm lời cao lúc trái vụ. Quả chưa chín sẽ bị quắt lại và không chín.

Cuống bị thối

Một nguyên nhân quan trọng của tỷ lệ quả bị thối đầu cao, theo quan sát của một thành viên trong nhóm chúng tôi chuyên về công

Kỹ thuật thu

hái sai nghệ sau thu hoạch, là do phần lớn trái bơ khi thu hái không có cuống. Chính vì vậy đầu quả bơ dễ bị vi sinh vật phân hủy. Nếu người nông dân và người thu gom để cả cuống khoảng 1cm thì có thể tránh được nhiều rắc rối. Không có người bán buôn nào đề cập đến việc này, họ chỉ nói rằng quả bị thối đầu trong những ngày mưa là một vấn đề lớn. Nhìn chung quả bị thối đầu chỉ xảy ra với những quả được hái khi chưa chín.

5.7.4 Lợi nhuận

Làm thế nào để ngăn chặn hao hụt sau thu hoạch 400.000 đồng/tấn?

Ví dụ về lợi nhuận trên 1 tấn bơ trong vụ chính của 1 người bán buôn ở tp.HCM được trình bày trong Bảng 18. Lợi nhuận của những người bán buôn ở tp.HCM tương tự của người bán buôn huyện ở Đắk Lắk và lượng bán cũng tương tự. Trong ví dụ này, chúng tôi tính hao hụt sau thu hoạch là 10% mặc dù có thể là 20 - 30%. Vì vậy để có bơ chất lượng tốt hơn với tỷ lệ hao hụt sau thu thấp hơn thì người bán buôn có thể tiết kiệm được rất nhiều chi phí. Những người thu gom và bán buôn ở Đắk Lắk ít nhất có thể chi 400.000 đồng/tấn cho giải pháp có bơ chất lượng cao hơn. Những người bán buôn cũng đã chỉ ra vấn đề này. Họ sẵn sàng trả giá cao hơn để giảm hao hụt sau thu.

Bảng 18 Lợi nhuận của người bán buôn ở tp.HCM

Giá mua vào (đồng/tấn)	2.950.000
+ 5% loại đặc biệt (5.000/kg)	250.000
+ 15% loại I (4.000/kg)	600.000
+ 60% loại II (3.000/kg)	1.800.000
+ 20% loại III (1.500/kg)	300.000
Chi phí tiếp thị (đồng/tấn)	475.000
- Vận chuyển đến tp.HCM	300.000
- Đóng gói:	
+ Sọt (3000/sọt/100kg)	30.000
+ Sọt các tông (2000/sọt/100kg)	20.000
+ Chi phí đóng gói (2000/sọt)	20.000
- Phí bốc hàng	15.000
- Phí dỡ hàng	40.000
- Thuê cửa hàng (3 triệu/60 tấn/tháng)	50.000
Giá bán (đồng/tấn)	4.150.000
+ 5% loại đặc biệt (10.000/kg)	500.000
+ 15% loại I (7.000/kg)	1.050.000
+ 60% loại II (3.500/kg)	2.100.000
+ 20% loại III (2.500/kg)	500.000
+ Hao hụt 10%	415.000
Tổng lợi nhuận (đồng/tấn)	310.000

Những người bán buôn chủ yếu bán cho người bán lẻ, thường là 30 đến 50 tấn một đêm. Một số người bán buôn tạo cơ hội để khách hàng của họ mang bơ về vào ngày hôm sau nếu bị thối trong vòng 8 giờ sau khi giao hàng. Người cung cấp phải mang bù đến số bơ còn tươi.

5.7.5 Khó khăn và cơ hội

Khó khăn:

- ▶ Không có đủ nguồn cung bơ trong giai đoạn tháng 10 – tháng 3
- ▶ Hao hụt sau thu hoạch cao, đặc biệt là khi trái vụ
- ▶ Vấn đề về chất lượng nghiêm trọng hơn vào những ngày mưa

(đầu quả thối)

- ▶ Tư thương không có kiến thức về cách bảo quản bơ
- ▶ Quả nhỏ chiếm tỷ lệ lớn trong lượng cung
- ▶ Tiêu thụ phụ thuộc vào thời tiết
- ▶ Người bán buôn khó kiểm soát chất lượng, ngoại trừ tư thương có cửa hàng ở BMT và ở Thủ Đức.
- ▶ Tỷ lệ quả chưa chín cao.
- ▶ Nguồn cung một lô hàng bơ không đồng nhất khiến người bán buôn mất nhiều công sức để lựa chọn phân loại.
- ▶ Khó phân biệt giữa Bơ Sáp và Bơ Nước
- ▶ Nhu cầu phụ thuộc nhiều vào thời tiết làm cho giá cả thay đổi
- ▶ Tư thương mong muốn xuất khẩu nhưng cần có nguồn cung đồng nhất hơn và có hỗ trợ về thủ tục xuất khẩu.

Cơ hội:

- ▶ Nhận thức của người tiêu dùng ở miền Nam Việt Nam về trái bơ vẫn còn thấp. Tư thương kỳ vọng rằng nhu cầu sẽ còn tăng mạnh. 10 năm trước lượng bơ bán được bằng 20% lượng hiện nay.
- ▶ Người bán buôn sẵn sàng trả giá cao hơn cho nguồn cung hàng đồng nhất và thậm chí trả giá cao cho bơ đóng gói trong hộp các tông.

5.8 Người bán buôn ở Hà Nội

5.8.1 Lịch sử

Bắt đầu kinh doanh bơ ở Hà Nội từ năm 1995

Người bán buôn đầu tiên ở Long Biên bắt đầu mua bơ năm 1995. Ban đầu chỉ chuyển bơ bằng tàu, sau bằng máy bay (cho đến năm 1998) và từ năm 1998 bằng xe khách. Chuyển hàng bằng xe khách từ Đắk Lắk đến Hà Nội mất 30 giờ. Số người bán buôn tại chợ Long Biên chuyên về bơ tăng từ 3 người năm 1998 lên 6 người năm 2005. Tất cả những người bán buôn đều thích bơ Đắk Lắk hơn bơ Đà Lạt vì phần lớn bơ Đà Lạt là Bơ Nước. Bơ Nước không ngon bằng và dễ hỏng hơn Bơ Sáp. Những người bán buôn kết hợp bán bơ cùng măng cầu vì sinh tố bơ thường kết hợp với măng cầu.

Ở chợ Long Biên 7 tấn/ngày

Lượng hàng bán trong ngày tăng từ 0,5 tấn/ngày năm 1995 lên 7 tấn/ngày ở chợ Long Biên. Bơ hiện nay được bán ở các tỉnh lân cận khu vực phía bắc (Quảng Ninh, Nam Định, Thái Bình, Phú Thọ, v.v...). Trong 2 năm qua, giá bơ tăng lên 2000 đồng/kg do chi phí vận chuyển tăng và nhu cầu tiêu dùng tăng.

5.8.2 Nguồn hàng & lượng bán

Tỷ lệ cơm/hạt

Người bán buôn ở Hà Nội phần lớn lấy hàng từ người bán buôn ở Buôn Ma Thuột. Một số nhà buôn ở Long Biên vào Đắk Lắk một lần để xây dựng mối quan hệ với người bán buôn ở BMT. Theo những người bán buôn ở Hà Nội, người tiêu dùng thích Bơ Sáp Đắk Lắk với quả thon dài vì họ tin rằng quả này có tỷ lệ cơm/hạt tốt nhất. Tuy nhiên một người bán buôn cho rằng quả tròn (“bơ bóng đen”) có tỷ lệ cơm/hạt thích hợp hơn. Thêm vào đó, người bán buôn này

cho biết theo kinh nghiệm quả thuôn dài dễ bị hư hỏng vì đầu quả thường thối trước khi phần thân chín.

Ước tính 60 – 70% lượng bơ được các quán cà phê hoặc căng tin mua, 20% do hộ gia đình, 10 % do khách sạn và 10% do người bán buôn ở các tỉnh khác mua.

5.8.3 Hao hụt sau thu hoạch

30% có quả bị thối đầu, 10% hỏng hoàn toàn

Thông thường khoảng 30% lượng bơ mà người bán buôn ở Hà Nội mua bị thối đầu. Những trái bơ này không bị ném đi mà được bán với giá thấp hơn giá ban đầu mà người bán buôn Hà Nội mua từ người bán buôn Đắk Lắk 70-80%. Khoảng 10% số bơ bằng bị hỏng hoàn toàn phải bỏ đi. Trong thời điểm trái vụ, con số này có thể lên đến 50%.

5.8.4 Lợi nhuận

Hao hụt sau thu hoạch là 2.395.000 đồng/tấn

Người bán buôn ở Hà Nội kiếm được lợi nhuận khá tốt từ kinh doanh bơ. Cần khuyến khích giảm hao hụt sau thu hoạch và hao hụt chất lượng. Tổng lợi nhuận khi bán 25% số quả chất lượng kém trong một tấn với giá 7.500 đồng (thay vì 13.000 đồng) là 1.375.000/tấn, bao gồm 1.020.000 đồng lượng bơ đã bị hỏng hoàn toàn, người bán buôn ở Hà Nội đáng lẽ có thể kiếm được 2.395.000 đồng/tấn nếu áp dụng các biện pháp thu hái, bảo quản, và vận chuyển tốt hơn.

Bảng 19 Lợi nhuận của người bán buôn ở Hà Nội

Giá mua vào (đồng/tấn)	7.500.000
Chi phí tiếp thị (đồng/tấn)	1.100.000
- Vận chuyển	1.000.000
- Đóng gói	100.000
Giá bán (đồng/tấn)	10.200.000
+ 25% số quả bị thối đầu (7.500/kg)	1.750.000
+ 65% chất lượng tốt (13.000/kg)	8.450.000
+ Tỷ lệ hao hụt 10%	1.020.000
Tổng lợi nhuận (đồng/tấn)	580.000

5.8.5 Khó khăn & cơ hội

Khó khăn:

- ▶ Hao hụt sau thu hoạch cao, trong vụ chính khoảng 10-25% và trái vụ là 25-50%
- ▶ “Không thể kiểm soát được chất lượng đầu nguồn”, vì vậy người bán buôn ở Hà Nội phải phụ thuộc rất nhiều vào người bán buôn ở BMT.
- ▶ Vào những ngày mưa bơ thối rất nhanh
- ▶ Nhu cầu hàng ngày lệ thuộc nhiều vào thời tiết
- ▶ Vì thời gian vận chuyển dài nên đơn đặt hàng được thực hiện trước 3 ngày. Đây là một trở ngại đáng kể vì rất khó biết thời tiết để đặt lượng hàng thích hợp

Cơ hội:

Người tiêu dùng ở miền bắc ngày càng quan tâm nhiều hơn đến việc trải nghiệm mới, nên muốn thử “sản phẩm hay”

- ▶ Tiềm năng tiêu thụ bơ rất lớn ở miền Bắc
- ▶ Thị trường trái vụ, giá tăng lên đến 25.000 – 30.000 đồng/g

5.9 METRO Cash & Carry

<i>Vào Việt Nam kể từ năm 2002</i>	<p><i>Tiểu sử</i></p> <p>Metro Cash & Carry là một trong những công ty phân phối hiện đại lớn nhất trên thế giới chỉ sau Walmart và Carrefour. METRO là một cơ sở bán buôn và bắt đầu hoạt động tại Việt Nam kể từ năm 2002. Hiện METRO có 6 cửa hàng và sẽ mở cửa hàng thứ 8 vào cuối năm 2006.</p>
<i>Kinh doanh bơ kể từ năm 2002.</i>	<p><i>Nguồn hàng</i></p> <p>METRO đã kinh doanh bơ kể từ năm 2002. Đà Lạt là nguồn cung bơ chủ yếu và duy nhất cho Metro. Người phụ trách mua hàng rau hoa quả của Metro không biết rằng bơ Đắk Lắk có chất lượng rất ngon và quả to.</p> <p>Theo người này, Metro mua bơ từ Đà Lạt vì những nguyên nhân sau:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Đà Lạt là vùng rau hoa quả ôn đới nổi tiếng. Hầu hết khách hàng đều ưa chuộng các sản phẩm từ Đà Lạt do có tiếng về chất lượng. ▶ Metro có một nhà kho ở Đà Lạt dùng để chứa bơ ▶ Họ đã tìm một người thu gom ở Đà Lạt (chị No) là người có thể cung cấp bơ quanh năm và có nhiều kinh nghiệm trong việc lựa chọn giống “Bơ Sáp”.
<i>Lấy bơ từ Đà Lạt</i>	<p><i>Khối lượng và tính mùa vụ</i></p> <p>Nhu cầu bơ hàng ngày của Metro là khoảng 250 kg. Tỷ lệ hao hụt khoảng 20%, phần lớn là do quả bị thối đầu. Những vùng cung cấp bơ ở Đà Lạt bao gồm:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Vụ chính (Tháng 7 – tháng 10): Cầu Đất – tỉnh Lâm Đồng ▶ Trái vụ : <ul style="list-style-type: none"> ○ Tháng 3 – tháng 4: Lạc Dương ○ Tháng 5: Lạc Lâm ○ Tháng 1: Liên Khương
<i>Nhu cầu hàng ngày 250 kg</i>	<p>Vào vụ chính, các cửa hàng của Metro (4) nhập bơ từ Đà Lạt còn Metro Hà Nội và Hải Phòng nhập bơ từ Đắk Lắk thông qua người bán buôn ở chợ Long Biên. Vào thời điểm trái vụ, bộ phận phụ trách về rau hoa quả của Metro ở miền Nam gửi bơ ra Metro Hà Nội và Hải Phòng bằng đường không.</p> <p><i>Nhu cầu</i></p> <p>Để cung cấp bơ cho Metro cần phải đạt các yêu cầu sau:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Bơ phải là Bơ Sáp ▶ Kích cỡ đồng nhất – 250 g/quả ▶ Da láng bóng ▶ Một lô hàng có các mức chín khác nhau (có thể ăn ngay, ăn được sau 1 ngày, sau 2 ngày)

Quả nhỏ ▶ Nguồn cung quanh năm

Giá cả

- ▶ Giá mua vào: 6.500 đồng/kg
- ▶ Giá bán : 8.500 đồng/kg

Vận chuyển

Bằng xe tải lạnh cùng các loại rau khác

Công tác hậu cần

- ▶ Người dân thu hái vào buổi sáng
- ▶ Vận chuyển tới người thu gom ở Đà Lạt (chị No) vào 3 giờ chiều
- ▶ Lưu trong kho chị No đến khi chín trong vòng 24 đến 48 giờ
- ▶ Chuyển hàng đến Metro tại kho rau quả, từ đó bơ lại được chuyển đến các cửa hàng khác của Metro
- ▶ Bán tại các cửa hàng của METRO, thường có thể lưu trong 3 ngày
- ▶ Những trái bơ không bán hết bị ném bỏ.

Mẫu bơ Đắk Lắk

Nhóm nghiên cứu chúng tôi đã mang một hộp bơ Đắk Lắk về làm mẫu. Ông Tâm, nông dân và là một thành viên trong nhóm giải thích về giống bơ và cách trồng ở Đắk Lắk. Nhân viên Metro tỏ ra rất ưa chuộng vị của trái bơ này và kích cỡ của trái

Kiểm tra tại cửa hàng

- ▶ Bơ từ Đà Lạt trông không đẹp bằng bơ ở Đắk Lắk. Nhiều trái bị hỏng và có những chấm đen.
- ▶ Chúng tôi lấy ngẫu nhiên 2 trái bơ đều là Bơ Nước dù những trái bơ này được quảng cáo là Bơ Sáp.

5.10 Người xuất khẩu

Không tìm được người xuất khẩu bơ

Chúng tôi đã không tìm được một tư thương hoặc công ty nào chuyên xuất khẩu bơ từ Việt Nam. Chúng tôi chỉ được nghe qua một người bán buôn ở Đắk Lắk là có một tư thương ở Hải Phòng xuất khẩu bơ đi Trung Quốc.

Để hiểu thêm về tiềm năng xuất khẩu, chúng tôi đã phỏng vấn một công ty xuất khẩu hoa quả chuyên nghiệp đang rất thành công ở tp.HCM tên là Bảo Thành (xem thêm thông tin tại trang web: <http://www.ticay.com.vn/english/introduction.html>). Bảo Thành xuất khẩu hoa quả với thương hiệu Tin Cậy.

Thị trường yêu cầu cao

Bảo Thành hướng đến các thị trường xuất khẩu yêu cầu cao về chất lượng, độ tin cậy, tính ổn định, và an toàn thực phẩm cao. Công ty này nhắm đến các thị trường ở khu vực Bắc Mỹ, Châu Âu và Đông Á, Nhật Bản, Hàn Quốc. Các thị trường khác ở Châu Á ít quan tâm đến chất lượng mà chủ yếu tập trung vào giá thấp.

Thành công với trái thanh long

Dự án xuất khẩu chính của Bảo Thành là quả thanh long. Công ty này đã xuất khẩu lượng hàng trị giá 2 triệu đô la Mỹ năm 2005. Họ có tham vọng xuất khẩu 50.000 tấn thanh long vào năm 2010 với tổng giá trị là 25 triệu đô la Mỹ. Bảo Thành rất nhạy bén trong việc kiếm được chứng chỉ EUREGAP cho người cung cấp của họ và đã

đầu tư 40.000 đô la Mỹ cho chứng chỉ này. Thậm chí Bảo Thành còn thiết lập một hệ thống kiểm soát hoàn toàn thực hiện qua mạng. Tuy nhiên khi đã đạt được 80% yêu cầu của EUREGAP, công ty này lại muốn những người cung cấp của họ rút về. Điều này đã làm tổn hại nghiêm trọng uy tín mà Bảo Thành tạo dựng với người nông dân.

Trước đây đã có tư thương nước ngoài muốn nhập bơ

Hiện công ty đang có mục tiêu tự sản xuất thanh long. Họ đã xây dựng một thí nghiệm trên 10 ha và muốn mở rộng lên đến 1000 ha. Một vài chuỗi siêu thị quốc tế hiện đang hợp tác với Tin Cây để đưa thanh long vào các cửa hàng của họ tại châu Á.

Đối với trái bơ, 3 năm trước đã có một số tư thương từ Singapore đến tỏ ý với Tin Cây muốn nhập khẩu bơ từ Việt Nam. Vào thời điểm đó, Tin Cây đã xem bơ Đà Lạt nhưng không đạt yêu cầu của những tư thương Singapore vì họ muốn bơ có vỏ sù sì chứ không phải láng bóng. Lúc đó Bảo Thành không biết rằng ở Đắk Lắk có một ngành bơ lớn như vậy nên đã không kiểm tra bơ ở đây.

Cần thêm thông tin

Trước khi định làm một sản phẩm, Bảo Thành muốn biết giống nào được trồng, với khối lượng bao nhiêu và trong giai đoạn nào. Họ cũng muốn biết thêm liệu có thể kiểm soát được nguồn gốc của sản phẩm không và muốn biết người nông dân đã làm những gì.

Trước tiên bắt đầu với mạng lưới nội địa

Giám đốc công ty Bảo Thành đã cho biết họ có mời chương trình GTZ trước khi thành lập mạng lưới phân phối nội địa chuyên bán các sản phẩm cải tiến từ sản phẩm của chuỗi giá trị. Ý tưởng của ông là thành lập 3 – 5 cửa hàng ở các thành phố lớn và bắt đầu kinh doanh các sản phẩm của dự án chuỗi giá trị, chẳng hạn như bơ, vải, và rau, v.v...

Theo kinh nghiệm và tính chuyên nghiệp của người cung cấp, Bảo Thành có thể khởi xướng việc xuất khẩu sản phẩm từ những người cung cấp có khả năng chịu trách nhiệm về sản phẩm.

5.11 Người bán lẻ

Có 3 loại cơ sở bán lẻ chuyên kinh doanh bơ tươi:

- Siêu thị, chẳng hạn như: Saigon Co.Op mart, tổng lượng còn rất nhỏ
- Những người có quầy ở chợ xanh có giá bày hoa quả. Họ thường mua loại chất lượng tốt nhất.
- Những người bán rong mua bơ chất lượng thấp hơn.

Những cửa hàng sinh tố bơ đặc biệt quan trọng

Một kênh quan trọng khác là ngành cung cấp thực phẩm trong đó đặc biệt quan trọng là các cửa hàng sinh tố hoa quả. Một số khách sạn cũng mua bơ để làm salad.

Phần lớn những người bán lẻ (nhỏ hơn) đến chợ bán buôn và tự chọn bơ. Họ thường không có mối quan hệ với người bán buôn. Một vài người bán lẻ đặt hàng với người bán buôn về số lượng hàng, kích cỡ quả và độ chín. Những người bán lẻ này thường cho người đến lấy hàng ở cửa hàng của người bán buôn và kiểm tra hàng.

Thị trường Bơ Nước cũng khá lớn, giá cả thấp, cơ hội cho các thị trường mới

Việc bán lẻ bơ chủ yếu diễn ra vào buổi sáng nhưng còn tùy thuộc vào thời tiết và vì mua hàng vào buổi sáng thì người bán lẻ có thể bán vào buổi chiều. Phần lớn những người bán lẻ thích bán loại bơ có thể ăn ngay. Mặc dù họ mang hàng cho các cửa hàng sinh tố và nhà hàng, họ cũng bán cả quả chưa chín. Lượng bán lẻ trong khoảng 10 kg đến vài trăm kg /ngày.

Một vài người bán lẻ chỉ bán loại Bơ Nước chất lượng thấp hơn và rẻ hơn nhiều. Bơ Sáp thì quá đắt đối với một số khách hàng, vì vậy cũng không nên bỏ qua thị trường Bơ Nước vì lượng bơ này cũng được tiêu thụ đáng kể.

Trung bình người bán lẻ kiếm được lãi khoảng 500 đồng đến 2.500 đồng/kg và bán khoảng 30 -100 kg/ngày, nghĩa là họ có thể kiếm được khoảng 30.000 đ/ngày – 150.000 đồng/ngày.

Hộp 5 Một ngày đêm bán hàng của một người bán rong ở quận Gò Vấp tp.HCM

Người bán rong bơ

Nhóm nghiên cứu đi theo ông Tuấn, một người bán hoa quả rong, một đêm và sáng sớm. Ông Tuấn bán các loại quả như xoài, thanh long, bơ (Bơ Nước), và rau, v.v...Ông thích bán hoa quả lẻ hơn vì rau rất dễ hỏng.

Vào mùa bơ, ông mua khoảng 2-3 sọt bơ một ngày (mỗi sọt 35 kg). Ông bắt đầu bán rong từ 6h sáng đến 12h trưa mỗi ngày. Sau giờ đó ông nghỉ. Lịch làm việc đều đặn của ông như sau:

- ▶ 01:00 sáng: Đến chợ bán buôn Thủ Đức
- ▶ 1:30 – 3:00: Chọn xong hoa quả và chất hàng lên xe máy.
- ▶ 3:30: Về nhà
- ▶ 3:30 – 5:30: Ngủ một chút
- ▶ 5:30 – 6:00: Dậy và cho hoa quả vào xe hàng (xe ba gác)
- ▶ 6:00 –12:00: Đi bán cho đến khi bán hết hàng và về nhà nghỉ.

Bơ Sáp khá đắt đối với khách hàng

Số lượng bơ ông mua mỗi lần tùy thuộc vào thời tiết và kinh nghiệm của ngày hôm trước. Ông mua loại bơ rẻ nhất từ người bán buôn với giá 2.500 đồng/kg và bán với giá 4.000 – 5.000 đồng/kg. Ông không bán lẻ Bơ Sáp vì quá đắt khó bán. Vào cuối buổi sáng, ông có thể giảm giá bằng giá mua cốt để bán hết hàng.

Ông chỉ bán bơ vào mùa chính. Vào vụ sớm hoặc muộn ông không bán bơ vì quá đắt. Thu nhập của ông khoảng 3 triệu đồng/tháng. Mỗi sáng ông thường lái xe 5 – 6 km quanh khu ông ở để bán hàng. Phần lớn khách hàng của ông là khách quen. Nếu ông đi xa hơn sẽ khó bán vì ông không quen biết khách hàng ở khu vực đó.

Trở ngại lớn nhất trong công việc bán hàng của ông là lấy bơ ở chợ Thủ Đức vì ông và bạn bè phải đi vào giữa đêm để bị cướp.

Theo ông, việc bán rong bơ trở nên khó khăn hơn kể từ khi ngày càng có nhiều người muốn mua bơ chất lượng ngon từ cửa hàng hoặc siêu thị.

Theo những người bán lẻ, người tiêu dùng không quan tâm nhiều đến màu sắc vỏ quả bơ. Một người bán lẻ hoa quả đã có 30 năm kinh nghiệm bán hàng quan sát thấy số người tiêu dùng bơ trong

<i>Khách hàng ngày càng quan tâm đến bơ trái</i>	vài năm qua tăng đáng kể do những nguyên nhân sau: <ul style="list-style-type: none"> ▶ Khách hàng biết trái bơ có hàm lượng dinh dưỡng và vitamin cao. ▶ Khách hàng có xu hướng thích trái cây ít đường như bơ ▶ Trái bơ có thể sử dụng cho bệnh nhân bị bệnh tiểu đường (diabetese⁸)
--	--

Hộp 6 Một quán cà phê sinh tố

Chế biến bơ thành sinh tố rất có lời

Ông Minh ở tp.HCM sở hữu một cửa hàng cà phê sinh tố. Ông thường mua bơ loại 3 quả/kg. Ông cho rằng quả bơ to hơn không ngon bằng. Ông thường mua bơ với giá 7.000 đồng/kg ở chợ và thu khoảng 30.000 đồng/kg sau khi chế biến thành sinh tố bơ. Một quả bơ có thể pha được 2 cốc sinh tố và ông bán 5.000 đ/cốc. Vì thế tổng lợi nhuận trên một kg bơ là 23.000 đồng.

Ở chợ ông kiểm tra chất lượng quả bằng cách cắt quả, nếu lát cắt mịn tức là bơ ngon. Theo ông nếu một quả bơ không chín thì có thể thúc đẩy quá trình chín bằng cách cho bơ vào nước trong vòng 15 – 20 phút.

Sinh tố bơ cần ăn ngay sau khi xay. Ngay cả khi cho vào tủ lạnh cũng không nên để lâu hơn vài giờ nếu không sẽ mất ngon.

Ngày càng có nhiều cạnh tranh

Thường thì ông Minh phải chọn bơ tại 2-3 chợ, mỗi chợ 2-3 kg. Khi mua bơ tại chợ, ông Minh không để đến nguồn gốc của trái bơ. Ông cũng không quan tâm đến chất lượng quả. Vào vụ sớm, ông không bán sinh tố bơ vì đắt và không ngon vào thời điểm này.

Trong giai đoạn 1990 – 1995, ông tăng lượng bán sinh tố bơ hàng năm. Tuy nhiên vì ngày càng có nhiều quán “Cà phê sinh tố” và nhà hàng nên ông mất khá nhiều khách. Sự cạnh tranh ngày càng trở nên gay gắt.

Theo ông việc bán lẻ trái bơ tươi khá rủi ro vì bán hàng phụ thuộc nhiều vào thời tiết trong ngày.

5.11.1 Khó khăn & cơ hội

Khó khăn:

- ▶ Những người bán lẻ mua hàng từ chợ Thủ Đức gặp khó khăn về mặt an ninh. Họ phải đi theo nhóm để an toàn hơn và có thể giúp đỡ lẫn nhau khi hỏng xe. Việc này mất khá nhiều thời gian.
- ▶ Thời gian giữ trái hạn chế giúp người bán lẻ tránh rủi ro. Họ thậm chí mua 2 lô bơ mỗi ngày. Công việc này mất rất nhiều thời gian.

Một số người bán lẻ nhận thấy tính cạnh tranh ngày càng gay gắt.

5.12 Người tiêu dùng

Người Việt Nam thường dùng bơ để làm sinh tố. Đặc biệt ở Hà Nội, “sinh tố bơ mãng cầu” đặc biệt phổ biến, trong đó mãng cầu được

⁸ Sau này chúng tôi rất tò mò muốn biết người bán rong này lấy thông tin này từ đâu. Sự thực là bơ là sản phẩm được khuyến dùng cho người bị bệnh tiểu đường Xem thêm thông tin tại: http://www.avocado.org/press/view_press.php?id=17&sub=press_nutrition&tert=healthy_releases&pg=healthy_releases

trộn với bơ. Bơ ít được dùng làm salad hay các món ăn khác. Chỉ những nhà hàng dành cho du khách nước ngoài dùng bơ trong món salad, bánh mì sandwich hay nước sốt.

Những khách hàng giàu có hơn ưa chuộng:

- ▶ Bơ Sáp hơn
- ▶ Quả to (300-400 g/quả) có hạt nhỏ
- ▶ Cơm vàng
- ▶ Da láng bóng

Hộp 7 Một khách hàng mua bơ ở tp.HCM

Chị Phương thường mua bơ (Bơ Sáp). Chị thích loại bơ có quả thuôn dài và da láng bóng. Trong một lần đi chợ chị mua cả loại chín có thể ăn ngay và loại để được sang ngày hôm sau. Bơ không phải là loại quả chị ăn hàng ngày. Chị chỉ mua bơ để làm sinh tố bơ. Loại quả hàng ngày của chị là dưa hấu vì giá rẻ hơn bơ và mất ít công pha chế.

Sức khỏe và sự tiện lợi

Mỗi lần chị mua khoảng 3 – 4 kg bơ và dùng trong 3-4 ngày cho 10 người. Trung bình, gia đình chị uống một cốc bơ một tuần. Chị muốn thay các loại hoa quả khác bằng bơ vì chị biết bơ có hàm lượng dinh dưỡng và vitamin cao.

Vào vụ sớm bơ đắt và không ngon

Trước khi đi chợ, chị không quyết định cần mua loại quả gì. Khi đến nơi, tùy vào chất lượng của quả chị mới mua. Nếu bơ ngon thì chị mua bơ. Chị thường mua bơ ở cùng một cửa hàng vì người bán hàng thường nói thật cho chị biết bơ hôm đó có ngon hay không. Chị đặc biệt cần chủ cửa hàng giới thiệu vào dịp vụ sớm hoặc muộn khi bơ kém ngon hơn. Tuy nhiên vào vụ sớm, chị thường không mua bơ vì đắt và không ngon.

Siêu thị

Nếu có bơ ở siêu thị thì chị sẽ mua ở đó dù cho giá có cao hơn vì chị có thể kiểm được nhiều hàng ở cùng một nơi rất thuận tiện. Bên cạnh đó siêu thị sạch hơn và sản phẩm an toàn hơn.

Hình 16 Mua bơ ở METRO tp.HCM



5.12.1 Trở ngại & cơ hội

Bơ vẫn chưa được biết đến, tiềm năng phát triển thị trường lớn

Trở ngại:

- ▶ Người tiêu dùng Việt Nam không biết nhiều đến trái bơ
- ▶ Người bán buôn ở Hà Nội ước tính rằng ngay ở trung tâm Hà Nội chỉ có 70% khách hàng biết đến bơ
- ▶ Khách hàng chỉ biết một cách sử dụng bơ → Sinh Tố
- ▶ Để pha sinh tố bơ cần cho thêm đường và sữa nên khá đắt. Khách hàng thường không biết vị bơ tự nhiên
- ▶ Tiêu thụ Sinh Tố Bơ liên quan nhiều đến thời tiết. Vào những ngày mưa thường không bán được chút nào.
- ▶ Người tiêu dùng không thể phân biệt được Bơ Sáp và Bơ Nước nếu không cắt trái bơ
- ▶ Một số quả bơ có da sù sù có vị rất ngon nhưng người tiêu dùng lại không để tâm vì họ nghĩ rằng trái bơ da láng bóng ngon hơn

Cơ hội về sản phẩm an toàn

Thức ăn cho trẻ em!

Cơ hội:

- ▶ Người tiêu dùng Việt Nam rất nhạy bén đối với sản phẩm lương thực an toàn và tốt cho sức khỏe
- ▶ Một số lượng người tiêu dùng không biết đến trái bơ và lợi ích cho sức khỏe của loại quả này → tiềm năng phát triển lớn
- ▶ Người tiêu dùng không biết rằng gần như không sử dụng hoá chất trong trồng bơ
- ▶ Tiềm năng làm thức ăn trẻ em rất lớn

Hình 17 Người bán buôn phân loại bơ



6 Phân tích bơ sau thu hoạch

6.1 Phương pháp

Đi theo sản phẩm bơ

Để hiểu sâu hơn về tất cả điều kiện sau thu hoạch và tiêu thụ bơ, một vài người trong nhóm nghiên cứu đã đi theo trái bơ từ lúc thu hoạch ở Đắk Lắk đến người bán lẻ cuối cùng ở tp.HCM.

Để biết nhiệt độ bên ngoài và nhiệt độ thịt quả chúng tôi lấy một vài sọt bơ làm mẫu. Một thiết bị ghi số liệu được đặt trong sọt để đo nhiệt độ không khí và nhiệt độ quả từ lúc bơ được hái cho tới khi bơ đến chợ bán buôn tp.HCM.

Bảng 20 Tổng quan về các hoạt động được thực hiện trong khi phân tích cả quá trình từ thu hoạch đến nguồn cung cuối cùng tới người tiêu dùng

Hoạt động	Chi tiết	Ngày/thời gian
Người thu gom thu hái bơ	Quan sát quy trình thu hái	5/7 7:45-9:30 sáng
	Ghi chép nhiệt độ dưới tán	
	Đánh giá chất lượng tổng thể	
	Hình thức bên ngoài của quả	
	Chất lượng bên trong	
	Đến vựa nhà chị Thìn	
Lấy mẫu ở vựa của người bán buôn (BMT)	Đánh dấu 10 sọt mẫu (sử dụng các loại quả khác)	3:45-3:50 chiều
	Cho bơ vào cùng với cặp nhiệt độ	
	Lấy thông tin từ mỗi sọt	
	Trọng lượng	
	Điểm đến cuối cùng (Chợ đầu mối bán buôn tp.HCM)	
Người bán buôn (BMT)	Quan sát bốc sọt lên xe tải	3:45-3:50 chiều
	Ghi chép kế hoạch xếp hàng của xe tải	
	Vị trí của 10 sọt	
	Cho nhiệt kế vào một quả bơ	
Đi theo xe tải	Xuất phát từ BMT	4:25 chiều
	Ghi chép điều kiện đường xá (đường tốt)	
	Ghi chép hoạt động/ngỉ giữa đường (tại khu vực Cu jut)	5:25-6:00 chiều
6/7, thứ năm, đến tp.HCM	Kiểm tra 10 sọt được đánh dấu	12:30
	Ghi chép những thông tin sau:	12:45-1:30 chiều
	Trọng lượng	
	Chất lượng tổng thể - Hao hụt quả do ???	
	Đi theo sọt bơ có nhiệt kế đến tận người bán lẻ	2:15
Đến quầy bán lẻ	Thời gian đến quầy bán lẻ	3:30 chiều
	Lấy nhiệt kế ra	3:50 chiều
	Đánh giá chất lượng quả	

6.2 Kết quả

Việc đi theo bơ từ lúc thu hoạch ở Buôn Ma Thuật cho tới khi dỡ hàng ở quầy của người bán buôn ở tp.HCM rồi đến người bán lẻ giúp chúng tôi hoàn thiện chuỗi sau hoạch như trình bày ở *Biểu đồ 18*.



6.3 Chất lượng

Nhóm đã đánh giá chất lượng của quả khi đến vừa của người bán buôn tại tp.HCM. Sọt quả quan sát bao gồm những quả chín khác nhau (2-5%). Một sọt đầy (100%) quả chín. Chúng tôi đã không thể đánh giá được tất cả số bơ vì chợ bán buôn rất đông đúc nhộn nhịp.

Hao hụt trọng lượng quả được xác định từ ba sọt đại diện. Trung bình mất 1.5% trọng lượng, con số này có thể chấp nhận được.

Bảng 21 Trọng lượng của các sọt bơ mẫu tại điểm xuất phát ở BMT và điểm đến ở tp.HCM

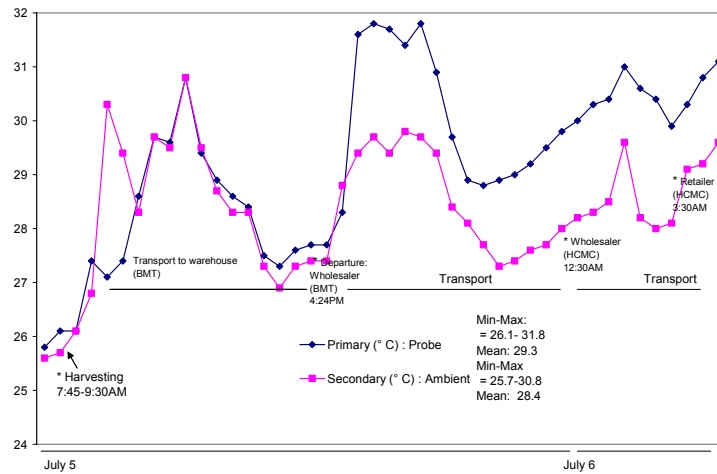


Trọng lượng (kg)		% hao hụt trọng lượng
Ban đầu	Cuối cùng	
71	70	1.0
100	98	1.4
98	96	2.1
<i>Trung bình</i>		1.5

Kết quả nhiệt độ không khí và nhiệt độ thịt quả cho thấy quả bị để trong nhiệt độ cao trong một thời gian dài (*Biểu đồ 19*).

Biểu đồ 19 Ghi chép nhiệt độ của bơ trong suốt quá trình vận chuyển từ vựa ở BMT đến người bán lẻ ở tp.HCM

Nhiệt độ luôn cao hơn 25°C.



Đường màu xanh = nhiệt độ thịt quả Đường màu hồng =nhiệt độ không khí xung quanh

Theo thông tin tìm hiểu từ những nghiên cứu đã có, dù chưa được thử nghiệm với bơ Đắk Lắk, chúng tôi được biết :

Giá trị bảo quản lạnh cần được đưa vào tính toán cho bơ Đắk Lắk

- Nên bảo quản ở nhiệt độ 10-14⁰ C
- Nhiệt độ này có thể giữ quả trong vòng 2 tuần hoặc hơn
- Bơ chín tốt nhất ở nhiệt độ 16⁰ C

Nếu nhiệt độ chín cao hơn 24⁰ C, có thể gây ra:

- ▶ Quả chín không đều và mất mùi
- ▶ Tăng khả năng quả bị thối

Như đã trình bày trong *Biểu đồ 19* nhiệt độ từ khi thu đến khi tới người bán lẻ luôn cao hơn 24⁰ C.

Hình 20 Vợt hái bơ



6.4 Quan sát

Bảng 22 trình bày tổng quát quá trình xử lý bơ từ người thu gom đến người bán buôn ở Buôn Ma Thuột.

Bảng 22 Quá trình xử lý từ người thu gom đến người bán buôn ở BMT

Các bước trong hệ thống thu hoạch	Ai	Ở đâu	Khi nào	Như thế nào
Thu hoạch	Người thu gom (90%) Nông dân (10%)	Vườn	8:00-10:00	Sử dụng một cái gậy tre dài có giỏ/móc hái - quả rơi vào một tấm bạt lớn trải dưới đất
				Hái bằng tay dùng quả một
				Trèo lên cây và hái bằng tay
				Rung cành cây cho đến khi quả rụng
Kiểm tra độ chín	Người thu gom	Vườn		Kiểm tra độ chín của quả về mặt: kết cấu vỏ (mịn), kích cỡ, khô, để bóc vỏ hạt.
Cho vào thùng	Người thu gom	Vườn	10:00-11:00	Từng quả một được đặt vào bao tải dứa (dùng để đựng gạo) hoặc sọt tre
Bê và chất lên xe máy	Người thu gom			
Transport	Người thu gom	Vườn tới tư thương ở BMT - 20 km	11:00-12:00	Quả được để hai bên hông xe hoặc đằng trước hoặc đằng sau lái xe
Dỡ hàng	Người thu gom	Tư thương BMT	12:00-12:05	Bơ được dỡ khỏi xe máy
Cân		Tư thương BMT	12:05-12:10	Đặt bơ lên cân và cân
Cho xuống đất		Tư thương BMT		"thả" trái bơ xuống đất cùng với những loại quả khác
Phân loại	Người bán buôn (3 công/3 giờ /6 tấn/ngày)	Tư thương BMT	12:10-15:00	Kiểm tra chất lượng bên trong bơ, thỉnh thoảng không cần cắt vì họ đã quen đoán chất lượng quả. Chọn bơ theo kích cỡ và hình dạng/giống bơ.
Cho vào sọt tre		Tư thương BMT		Những trái bơ đã được chọn được "ném" vào sọt tre có bìa các tông, trung bình 100 kg/sọt
Đóng gói, cân và dán nhãn		Tư thương BMT		Che phủ bơ bằng một vài lớp giấy báo cũ và phủ lên trên cùng bao tải dứa. Chèn thêm bao tải dứa xung quanh và khâu lại bằng chỉ dây dứa. Cân và dán nhãn (nhãn ghi trọng lượng và tên khách hàng) lên trên bao tải dứa bằng sơn màu.
Chất lên xe tải	2 lái xe +1 phụ xe	Tư thương BMT	15:00-17:00	Sọt tre được chất lên xe tải cho đến khi đầy (5 tấn = 50 sọt)

Bơ được đặt mạnh xuống sàn nhà xi măng

Bỏ cuống đi, Thu hoạch:

quả dễ bị hỏng! Bơ được hái theo một cách rất thô sơ. Cuống bị bỏ hoàn toàn để lại một vết cắt trên đầu quả khiến quả dễ bị thối.

Hoạt động:

Các tư thương khác nhau đều tuân theo cùng một chu trình từ nhận bơ, cân, phân loại, đóng gói, cân, và dán nhãn (chuẩn bị đưa ra chợ). Tất cả các công đoạn này đều được thực hiện “rất mạnh tay” và dường như những thành phần trong chuỗi không nhận biết được ảnh hưởng của những hành động này đến việc làm hỏng chất lượng quả cả bên trong và bên ngoài.

Không có biện pháp tẩy sạch

Phân loại: Phân loại quả theo kích cỡ, hình dạng và kết cấu vỏ. Chưa có hướng dẫn phân loại rõ ràng để phân biệt Loại A hay B mà bơ chỉ được phân loại thành quả ngon dựa trên kích cỡ quả trung bình đến lớn, da bóng láng, mịn và có những đường gân nhỏ.

Làm sạch/Vệ sinh: Việc làm sạch quả không được thực hiện thường xuyên. Trong trường hợp này, nguy cơ nhiễm bệnh của quả sẽ làm giảm thời gian giữ được quả. Không gian làm việc không sạch sẽ cũng là nguồn tạo ra không khí không mong muốn và vi sinh vật làm hỏng bơ.

Nhiều hư hỏng trước khi thu

Chất lượng quả khi đến cửa hàng của tư thương: Có thể thấy một lượng lớn bơ bị hư hỏng trước khi hái từ nhẹ đến trung bình: đường gân cũ, vết xước do sâu ăn, dấu vết của đốm đen. Những vết dập còn mới thường ở bên “má của quả”.

Nhiệt độ không khí/nhiệt độ thịt quả: Lấy một quả làm mẫu từ một lô bơ. Đưa một nhiệt kế không khí/thịt quả vào trong một quả bơ không bị hỏng vừa hái xong và đặt lên bàn gần khu nhận hàng. Nhiệt độ được ghi lại từ 9:00-11:00 giờ sáng trung bình lên đến 25⁰ C (75.2 F). Theo những nghiên cứu trước đây, bơ để trong nhiệt độ này trong thời gian dài sẽ bị thối nhanh hơn là để ở nhiệt độ dưới 20⁰ C (68 F).

7 Kết luận & Kiến nghị

Trong chương này chúng tôi trình bày những kết luận và kiến nghị hành động chính. Chúng tôi chỉ thảo luận về những kết luận có thể có ảnh hưởng đến một dự án can thiệp. Có thể xem những kiến nghị mà chúng tôi đưa ra là những nền tảng cho một dự án can thiệp để tạo ra một ngành bơ duy nhất tại Việt Nam, nhằm giành được thị trường lớn trong nước trong thời gian 3 năm.

7.1 Phát triển thị trường

Kết luận 1a:

Hầu hết các thành viên trong chuỗi cho biết trong một vài năm vừa qua nhu cầu bơ tăng mạnh, giá tăng và tiềm năng phát triển rất lớn.

Kết luận 1b:

Bơ là loại quả rất có lợi cho sức khỏe được trồng tại Đắk Lắk gần như không sử dụng hoá chất nông nghiệp. Nếu bơ không được trồng xen với cà phê thì có thể cấp chứng chỉ sản phẩm hữu cơ cho bơ. Điều này hoàn toàn phù hợp với xu hướng quan trọng hiện nay của người tiêu dùng Việt Nam về thực phẩm an toàn và tốt cho sức khỏe.

Kết luận 1c:

Vẫn còn một số lượng lớn người Việt Nam chưa từng biết đến hoặc chưa từng ăn bơ. Những người đã từng nghe nói đến hoặc từng ăn bơ không biết bơ tốt thế nào cho sức khỏe và có thể sử dụng làm sản phẩm chăm sóc sắc đẹp rất hữu hiệu. Điều này cũng phù hợp với một xu hướng khác rất quan trọng của người tiêu dùng về chi tiêu ngày càng tăng cho chăm sóc sắc đẹp.

Kết luận 1d:

Phần lớn khách hàng chỉ biết một cách sử dụng bơ làm sinh tố bơ

Kết luận 1e:

Với 25% trẻ em Việt Nam dưới 5 tuổi quá thấp so với tuổi, bơ có thể đóng vai trò quan trọng trong việc cung cấp đủ protein, carbohydrates, khoáng chất và vitamin giúp giải quyết vấn đề này. Quả bơ là thức ăn hoàn hảo cho trẻ em vì rất dễ ăn và được khuyến là một trong những thức ăn cứng đầu tiên mà trẻ có thể ăn.

Kiến nghị 1:

Kiến nghị của chúng tôi là tích cực thúc đẩy nhu cầu thị trường đối với sản phẩm bơ bằng cách mở chiến dịch nâng cao hiểu biết của người tiêu dùng khiến người tiêu dùng Việt Nam nhận biết về khả năng giúp chăm sóc sức khỏe và sắc đẹp của trái bơ. Bốn chủ đề chiến dịch cần phát triển bao gồm:

- ▶ Bơ cho sức khỏe của bạn
- ▶ Bơ cho bé con của bạn
- ▶ Bơ cho sắc đẹp của bạn
- ▶ Bơ cho cuộc khám phá nội trợ: công thức nấu ăn từ bơ & mọng nấu ăn

Những chiến dịch này có thể thúc đẩy phát triển bơ nói chung đồng

thời khởi đầu một thương hiệu bơ Đắk Lắk vững mạnh. **Những chiến dịch này có thể có những ảnh hưởng mong đợi đến việc ổn định giá bơ hiện đang rất biến động.** Thay vì chỉ phụ thuộc vào một cách chế biến bơ làm sinh tố phụ thuộc rất nhiều vào thời tiết, người tiêu dùng có thể dùng bơ theo các cách khác nhau tạo nên nhu cầu ổn định hơn.

Nhằm giúp chiến dịch nâng cao nhận thức của người tiêu dùng hiệu quả, chúng tôi kiến nghị một nghiên cứu nhỏ người tiêu dùng để nắm rõ nhận thức của người tiêu dùng Việt Nam đối với trái bơ, mối quan hệ với sức khoẻ, thức ăn cho trẻ em, sản phẩm chăm sóc sắc đẹp và các cách chế biến món ăn từ bơ. Có thể quy tụ một ban người tiêu dùng để thử những sản phẩm khuyến mại mà chiến dịch muốn sử dụng.

Kết luận 2:

Việt Nam vẫn chưa xuất khẩu bơ trên quy mô lớn. Với nguồn cung không đồng nhất do mỗi cây là một giống khác nhau, việc xuất khẩu tới những thị trường chất lượng cao có lẽ là rất khó khăn. Do vậy có thể hướng tới những thị trường mà người tiêu dùng yêu cầu thấp hơn như ở Châu Á.

Kiến nghị 2a:

Liên lạc với một vài tư thương hiện đang xuất khẩu, chẳng hạn như tư thương ở Hải Phòng xuất khẩu bơ đi Trung Quốc, và tìm hiểu xem liệu có khả năng thúc đẩy và mở rộng những mối liên kết thương mại đang sẵn có không.

Kiến nghị 2b:

Sau khi thực hiện giao dịch đầu tiên, mời tư thương bơ ở châu Á đi thăm Đắk Lắk.

7.2 Thương hiệu chất lượng

Kết luận 3:

Hiện vẫn chưa có thương hiệu bơ chất lượng. Số bơ được người thu gom thu hái cẩn thận và người bán buôn ở Đắk Lắk xử lý đúng cách quá nhỏ khó tìm thấy trong tổng khối lượng bơ. Hệ thống hiện tại không tạo ra giá trị thêm cho những hoạt động trồng trọt, thu hái, đóng gói và vận chuyển tốt hơn. Chỉ có những tư thương kiểm soát chuỗi từ khi thu hoạch đến khi bán mới có thể kiếm được nhiều lãi hơn từ những cách quản lý tốt hơn.

Kiến nghị 3a:

Phát triển một thương hiệu mà chỉ những người trồng bơ, nhưng thu gom, người vận chuyển và người bán buôn phải qua đào tạo và tuân theo những điều khoản và chất lượng mà phải qua đào tạo mới được sử dụng

Kiến nghị 3b:

Những người tham gia vào thương hiệu phải đồng ý đóng góp một phần trong mỗi kilo bơ được bán. Tìm kiếm các quỹ hỗ trợ từ phía nhà nước để tạo ra một mối liên kết giữa nhà nước và tư nhân trong đó khối nhà nước sẽ đóng góp gấp đôi. Với những quỹ này việc duy trì thương hiệu có thể khả thi như chiến dịch khuyến mại tiếp thị,

đào tạo và kiểm soát chất lượng.

Kết luận 4a:

Không có lượng bơ đồng nhất và ổn định quanh năm

Kiến nghị 4a:

Tạo nguồn cung đồng nhất quanh năm trong tổng sản lượng bơ hiện có. Công việc này đòi hỏi phải xác định loại cây và chiến dịch dán nhãn trong đó có kiểm kê đặc tính của mỗi cây:

- ▶ Loại bơ (Bơ Sáp/Bơ Nước) mà cây sản sinh
- ▶ Hình dạng, bề mặt vỏ, màu sắc
- ▶ Cây cho thu hoạch vào tháng nào
- ▶ Khối lượng thu

Dựa trên những thông tin này lập thống kê về khối lượng loại bơ đồng nhất có thể thu được trong một tuần. Sử dụng thông tin này để thu hút những khách hàng lớn.

Kết luận 5b:

Cả tư thương và người tiêu dùng đều có những trở ngại đáng kể trong việc phân biệt Bơ Sáp, Bơ Mỡ, và Bơ Nước.

Kiến nghị 5b:

Bơ Sáp, Bơ Nước, và Bơ Mỡ sẽ được dán nhãn khác nhau tại thời điểm thu hoạch để tất các thành phần trong chuỗi đều biết được loại bơ gì. Có thể tạo ra một tên riêng khác cho mỗi loại.

Kết luận 6:

Trong hội thảo kế hoạch hành động, một số người bán buôn, METRO Cash & Carry và Saigon Co.Op Mart cho biết họ sẵn sàng mua bơ chất lượng đảm bảo.

Kiến nghị 6a:

Đề đảm bảo rằng chương trình Thương Hiệu Chất lượng sẽ thành công nên bắt đầu bằng một nhóm nhỏ những người trồng bơ, người thu gom, người bán buôn tâm huyết muốn làm, và kết nối họ với những khách hàng chắc chắn đầu tiên.

7.3 Vườn quả nhỏ

Kết luận 7:

Nhu cầu bơ tăng khiến ngành bơ trở thành một ngành kinh doanh có lời cho tất cả những thành viên trong chuỗi. Từ người nông dân đến người bán lẻ, tất cả đều có thể kiếm lợi nhuận đáng kể từ bơ. Đối với hầu hết các thành phần trong chuỗi, thu nhập từ bơ khá lớn trong tổng thu nhập, ngoại trừ người nông dân.

Mặc dù lãi suất trên một hecta khá lớn nhưng người nông dân lại không được hưởng lợi từ bơ vì họ chỉ có một vài cây trên 1 vườn. Người nông dân gần như không chăm sóc cây bơ, hoạt động duy nhất mà họ làm là gieo hạt. Vì thế không có nhiều người trồng bơ kiếm được nhiều tiền trong tổng thu nhập từ việc trồng bơ.

Trong hai năm qua ngày càng có nhiều người dân bắt đầu tập trung

trồng bơ. Họ chỉ trồng trong vườn quả nhỏ và bắt đầu chăm sóc cây bơ hơn.

Kiến nghị 7:

Để ngành bơ chuyên nghiệp hơn cần nhiều người dân hơn tham gia trồng bơ thành những vườn nhỏ. Những vườn này không cần quá lớn, chỉ khoảng 0.5 ha đã là cải thiện đáng kể. Với 75-100 cây, người nông dân sẽ có đủ nguồn cung để chất đầy một xe tải. Cách làm này tiết kiệm được nhiều thời gian cũng như chi phí vận chuyển, giúp ngành bơ cạnh tranh tốt hơn. Điều đó cũng có nghĩa là người nông dân có đủ lượng để cung cấp trực tiếp cho người bán buôn.

Tuy nhiên nhìn chung người nông dân vẫn rất do dự không muốn tăng số cây bơ vì họ không chắc liệu giá bơ tăng trong những năm vừa qua có ổn định không và liệu nhu cầu thị trường có giữ nguyên không. Theo kinh nghiệm về thị trường biến động (chẳng hạn như cà phê), người nông dân cẩn trọng hơn, đặc biệt là đối với cây lâu năm.

Kết luận 8:

Ấn tượng của chúng tôi là vẫn có đủ tiềm năng để phát triển thị trường trong nước. Số lượng bơ tiêu thụ trên đầu người vẫn còn thấp. Nếu lấy Hà Nội làm ví dụ, lượng cung hàng ngày là 7 tấn thì tổng lượng tiêu thụ là 2.555 tấn. Với dân số 3 triệu người nghĩa là tiêu thụ trên đầu người 0.85 trái bơ/người/năm. Con số này có thể là quá cao mặc dù một lượng lớn bơ đến Long Biên được bán cho các thành phố khác ở châu thổ sông Hồng. Tuy nhiên cũng như các thành phố khác như Hải Phòng, vẫn còn có rất nhiều thị trường lớn có thể phát triển.

Kiến nghị 8:

Để ngăn chặn việc thừa cung cho thị trường cần thiết phải giảm sát một cách chính xác hơn lượng bơ được cung cấp cho các thành phố ở Việt Nam là bao nhiêu. Có thể sử dụng con số này để ước tính điểm bão hòa thị trường và những khu vực trồng trọt liên quan. Thông tin này cũng nên phổ biến lại rõ ràng cho người nông dân để họ nắm bắt được hướng đi của ngành. Nếu người nông dân phát triển vườn quả kết hợp với chương trình phát triển thị trường thì sản lượng tăng có thể dễ dàng tiêu thụ được.

7.4 Cây bơ giống

Kết luận 9:

Mặc dù việc bán hàng thông qua ngành cây bơ giống tư nhân vẫn còn rất hạn chế nhưng tất cả những nhà cung cấp cây giống của chính phủ đều cho rằng nhu cầu về cây bơ giống chất lượng cao sẽ tăng. Tất cả các nhà cung cấp đều có kế hoạch tăng sản lượng trong năm 2007.

Kiến nghị 9a:

Mặc dù các chương trình thử nghiệm bơ giống tại WASI vẫn đang được tiến hành nhưng một số cây ghép đã được bán. Điều quan trọng là những cây giống này được dán nhãn rất rõ ràng ghi chú đặc điểm của cây. Người trồng bơ nên tích lũy kiến thức/hiểu biết về

giống nếu không tình trạng rối ren như hiện nay sẽ vẫn tiếp diễn.

Kiến nghị 9b:

Nên kiểm tra những cây giống mà các nhà sản xuất cây giống tư nhân cũng như nhà nước bán ra và tài liệu hoá giống và việc quản lý cây giống được bán ra. Nếu tập trung tất cả những tư liệu này thì việc giám sát tăng trưởng diện tích trồng bơ hàng năm sẽ rất dễ dàng.

Kết luận 10:

Người ta đã chú trọng nhiều đến giống bơ được ghép trên gốc. Tuy nhiên gốc lại được lấy từ những loại bơ rẻ nhất.

Kiến nghị 10:

Nên quan tâm hơn đến việc lựa chọn gốc chất lượng cao.

Kết luận 11:

Việc chọn giống và thử nghiệm phần lớn theo hướng kỹ thuật (nông nghiệp).

Kiến nghị 11:

Tìm kiếm sự tham gia của các tư thương nước ngoài, người bán buôn, bán lẻ tp.HCM vào giai đoạn đầu để đánh giá khả năng giữ quả và hiệu suất thị trường của các giống khác nhau. Bên cạnh việc đánh giá về mặt nông học cần thành lập các nhóm người tiêu dùng và thử nghiệm bảo quản.

7.5 Các phương pháp canh tác

Kết luận 12:

Dù không có quản lý và gần như không sử dụng hoá chất nông nghiệp nhưng cây bơ ở Đắk Lắk rất năng suất. Khi bơ trở thành ngành kinh doanh có lời có thể sẽ có nhiều phương pháp thâm canh được áp dụng. Vườn bơ độc canh quy mô lớn hơn có thể dẫn đến nhiều vấn đề về sâu bệnh hơn.

Kiến nghị 12a:

Nghiên cứu tiềm năng thị trường và nông học của việc sản xuất bơ hữu cơ, duy trì hệ thống hiện tại nhưng trồng những loại cây tốt hơn, chăm sóc cây tốt hơn và sử dụng phân hữu cơ. Nếu điều này khả thi và, chẳng hạn như, có thị trường bơ hữu cơ ở châu Á thì phát triển một chương trình hữu cơ và một hệ thống chứng chỉ.

Kiến nghị 12b:

Trước khi những vấn đề về sâu bệnh trở nên nghiêm trọng hơn cần triển khai chương trình Các Phương Pháp Canh tác Nông nghiệp Tốt cho cây bơ. Đào tạo nông dân cách chăm sóc vườn quả để hy vọng ngăn chặn khả năng người dân dần dần sử dụng quá nhiều thuốc bảo vệ thực vật. Hiện có một cơ hội duy nhất cho ngành bơ Đắk Lắk để duy trì việc sản xuất bơ sạch

7.6 Thu hoạch

Kết luận 13:

Nhiều người thu gom và nông dân gặp khó khăn trong việc xác định

độ lớn chuẩn của bơ để có thể thu hái. Chính việc này đã gây ra hao hụt sau thu hoạch.

Kiến nghị 13:

Đưa ra các chỉ số về độ chín để người nông dân và người thu gom có thể sử dụng.

Kết luận 14:

Những phương pháp thu hái không đúng cách hiện nay đã rút ngắn đáng kể thời gian giữ quả và gây ra những thiệt hại về mặt tài chính trong chuỗi giá trị. Thậm chí những hao hụt sau thu hoạch còn lớn hơn đối với người thu gom ở Hà Nội khiến giá bơ Hà Nội rất đắt và do vậy hạn chế nhu cầu tiêu dùng.

Kiến nghị 14:

Phát triển và đào tạo⁹ nông dân/người thu gom cách sử dụng các công cụ thu hái giản đơn. Xây dựng quy trình thu hái và đào tạo họ. Chẳng hạn như thu hái quả theo cách để nguyên cuống gắn với quả. Đưa ra các công cụ thu hái đơn giản:

- ▶ Kéo cắt bằng tay
- ▶ Kéo cắt dính vào gậy chọc
- ▶ Buộc túi bằng vải bạt xung quanh hông
- ▶ Mang theo cùng với xe máy chiếc thang có thể gấp lại được
- ▶ Sử dụng những loại thùng đựng đặc biệt có thể buộc vào xe máy

7.7 Phân loại, làm sạch và đóng gói

Kết luận 15:

Xử lý quả mạnh tay, nơi để bơ bản và phân loại bơ ngay trên sàn nhà làm giảm đáng kể thời gian giữ quả.

Kiến nghị 15:

Xây dựng các quy trình cho người bán buôn, đào tạo và kiểm tra họ. Những người bán buôn muốn tham gia chương trình cần nâng cấp cửa hàng của họ theo cách rất giản đơn, chẳng hạn như tiến hành phân loại bơ trên bàn, lau sàn, trần, không cho chó, mèo cũng như trẻ em vào, v.v...

Kết luận 16:

Không có kết luận rõ ràng về các sọt tre hiện đang được dùng, chỉ lưu ý rằng sọt tre lót giấy báo cũ không đảm bảo vệ sinh. Sọt 100 kg khó quản lý vì phải bê bằng tay.

Kiến nghị 16

Nên thử nghiệm các cách đóng gói khác nhau tùy thuộc vào yêu cầu của người mua. Có thể là những hộp các tông có thể xếp lại được hoặc sọt tre nhỏ hơn.

⁹ Để người nông dân/người thu gom thực hiện thí nghiệm nhằm quan sát mối liên hệ giữa kỹ thuật thu hoạch và thời gian giữ quả của bơ

7.8 Bảo quản lạnh & vận chuyển

Kết luận 17:

Từ lúc hái chóc đến khi giao hàng cho khách hàng ở các thành phố lớn, bơ luôn được để trong nhiệt độ thúc đẩy quá trình chín. Điều này gây ra hiện tượng chín không đều và mất mùi. Nếu bơ được bảo quản trong điều kiện nhiệt độ thích hợp ngay sau khi thu và được vận chuyển bằng một xe tải lạnh thì thời gian giữ quả sẽ tăng lên rất nhiều.

Kiến nghị 17a:

Thử nghiệm một hệ thống bảo quản lạnh có thể giữ nhiệt độ khoảng 16^o C. Phân tích chi phí lợi ích của hệ thống này. Có thể tiến hành một nghiên cứu khả thi để xây dựng một khu bảo quản lạnh riêng biệt do nhà cung cấp dịch vụ tư nhân quản lý và người bán buôn thuê diện tích bảo quản trong khu này.

Kiến nghị 17b :

Nếu giá thị trường trong nước không cho phép đầu tư vào bảo quản lạnh thì vẫn có thể cải thiện hệ thống vận tải, đặc biệt là đối với những điểm đến ở miền Bắc. Hiện tại đang sử dụng xe khách nhưng cũng nên nghiên cứu về khả năng hợp tác giữa một vài người bán buôn để có đủ số lượng cho một xe tải.

7.9 Dầu bơ



Kết luận 18:

Dầu bơ là thành phần phổ biến trong ngành công nghiệp mỹ phẩm và có thể phát triển thành dầu nấu ăn. Bộ môn sau thu hoạch của trường Đại học Nông Lâm tp.HCM hiện đang tiến hành một dự án hai năm về tách dầu bơ.

Kiến nghị 18:

Thực hiện một nghiên cứu khả thi đơn giản về tách dầu bơ ở Đắk Lắk. Tính khả thi phụ thuộc rất lớn vào hàm lượng dầu trong bơ Đắk Lắk. Liên kết với chương trình của trường Đại học Nông lâm tp.HCM và với những công ty sản xuất dầu thực vật ở Việt Nam.

7.10 Đối tác

Những kết luận và kiến nghị tạo ý tưởng xây dựng một chương trình hành động. Quan trọng hơn là lựa chọn đối tác trong dự án, vai trò, trách nhiệm và “tính thể chế hoá” của thương hiệu chất lượng.

Ý tưởng đằng sau thương hiệu này là tất cả các cá nhân được tự do hoạt động, không giống như một hợp tác xã. Chỉ yêu cầu tất cả các thành phần của chuỗi tuân theo những thủ tục nhất định. Thương hiệu chỉ có thể giúp người tiêu dùng nhận biết bơ khi bơ được chăm sóc cẩn thận. Tư thương chỉ có thể sử dụng thương hiệu nếu họ mua bơ từ người nông dân hoặc người thu gom được cấp chứng chỉ thương hiệu. Mọi người sẽ được hưởng lợi từ chiến dịch tiếp thị thương hiệu và xác định một số khách hàng lớn và kết

nổi với dự khi bắt đầu dự án. Thậm chí trong tương lai có thể có nhân viên bán hàng có nhiệm vụ duy nhất là kiếm càng nhiều khách hàng cho thương hiệu càng tốt.

Trong các tổ chức nghiên cứu và phát triển nông nghiệp ở Đắk Lắk chắc chắn có nhiều am hiểu về kỹ thuật canh tác. Nên tìm kiếm sự tham gia của những người trồng bơ chuyên nghiệp giàu kinh nghiệm có tính ứng dụng cao vào dự án.

Có vẻ như những kiến thức về công nghệ sau thu hoạch và đóng gói ở Đắk Lắk vẫn còn thiếu. Cần SIAEP ở tp.HCM giúp lấp đầy khoảng cách này. Đối với công nghệ đóng gói nên mời các công ty đóng gói tham gia vào dự án.

Liên quan đến chiến dịch nâng cao nhận thức của người tiêu dùng và chiến lược tiếp thị cũng như tạo dựng thương hiệu cần mời một nhà cung cấp dịch vụ chuyên nghiệp tham gia.

8 Tài liệu tham khảo

- ▶ Babpraserth and Subhadrabandhu. 2001. Avocado production in Thailand. In: FAO. 2001. *Avocado production in Asia*.
- ▶ Bergh, B. and Ellstrand, N.1989. Taxonomy of the Avocado. California Avocado Yearbook.135-145.
- ▶ FAOSTAT, last accessed in 2005: <http://faostat.fao.org/>
- ▶ Gosh, S.P. 2001. Avocado production in India. In: FAO. 2001. *Avocado production in Asia*.
- ▶ Lundy, M., Gottret, M.V., Cifuentes, W., Ostertag, C.F., Best, R., Peters, D., and S. Ferris. 2006. Increasing the Competitiveness of Market chains for Smallholder producers; A field guide. CIAT, Cali.
- ▶ Nguyen Minh Chau and Vo The Truyen. 2001. Avocado production in Vietnam. In: FAO. 2001. *Avocado production in Asia*.
- ▶ Pearce, H.P. 1959. The Nutritional Value of the Avocado. California Avocado Society Yearbook,83.
- ▶ Requejo-Tapia C. L. 1999. International Trends in Fresh Avocado and Avocado Oil Production and Seasonal Variation of Fatty Acids in New Zealand-Grown cv. Hass 1-52. See: www.avocadosource.org
- ▶ Soto, R.C. 2001. Avocado production in the Philippines. In: FAO. 2001. *Avocado production in Asia*.
- ▶ UNICEF. 2006. Viet Nam is on track to meet the Millennium Development Goals (MDG) target of reducing child under-nutrition. UNICEF launches Progress for Children: A Report Card on Nutrition. See: http://www.unicef.org/vietnam/media_3695.html
- ▶ USDA. 2006. Avocado situation and outlook for selected countries. See: <http://www.fas.usda.gov/hort/Circular/2006/05-06/Avocados%205-10-06.pdf#search=%22USDA%20Avocado%20situation%20and%20outlook%20for%20selected%20countries%22>
- ▶ Babpraserth and Subhadrabandhu. 2001. Avocado production in Thailand. In: FAO. 2001. *Avocado production in Asia*.
- ▶ Bergh, B. and Ellstrand, N.1989. Taxonomy of the Avocado. California Avocado Yearbook.135-145.
- ▶ FAOSTAT, last accessed in 2005: <http://faostat.fao.org/>
- ▶ Gosh, S.P. 2001. Avocado production in India. In: FAO. 2001. *Avocado production in Asia*.
- ▶ Lundy, M., Gottret, M.V., Cifuentes, W., Ostertag, C.F., Best, R., Peters, D., and S. Ferris. 2006. Increasing the Competitiveness of Market chains for Smallholder producers; A field guide. CIAT, Cali.
- ▶ Nguyen Minh Chau and Vo The Truyen. 2001. Avocado production in Vietnam. In: FAO. 2001. *Avocado production in Asia*.
- ▶ Pearce, H.P. 1959. The Nutritional Value of the Avocado. California Avocado Society Yearbook,83.
- ▶ Requejo-Tapia C. L. 1999. International Trends in Fresh Avocado and Avocado Oil Production and Seasonal Variation of Fatty Acids in New Zealand-Grown cv. Hass 1-52. See: www.avocadosource.org
- ▶ Soto, R.C. 2001. Avocado production in the Philippines. In: FAO. 2001. *Avocado production in Asia*.
- ▶ UNICEF. 2006. Viet Nam is on track to meet the Millennium Development Goals (MDG) target of reducing child under-nutrition. UNICEF launches Progress for Children: A Report Card on Nutrition. See: http://www.unicef.org/vietnam/media_3695.html
- ▶ USDA. 2006. Avocado situation and outlook for selected countries. See:

http://www.fas.usda.gov/htp/Hort_Circular/2006/05-06/Avocados%205-10-06.pdf#search=%22USDA%20Avocado%20situation%20and%20outlook%20for%20selected%20countries%22

Phụ lục 1 Khái quát chung về các công cụ trong Hộp công cụ RDA

Phương pháp	Mục đích/Ứng dụng
Phân tích đối thoại	Đánh giá thay đổi thông qua phỏng vấn, thảo luận và những câu chuyện lịch sử truyền miệng
Phỏng vấn bán cấu trúc - Nhóm mở - Nhóm tập trung - Đáp viên chính	<ul style="list-style-type: none"> • Các tiêu chuẩn, nhận thức, ưu tiên, thành tựu địa phương liên quan đến sản xuất và thị trường bơ • Lịch sử nông nghiệp và xu hướng phát triển sử dụng đất và những thay đổi • Sự tồn tại, hoạt động và mối tương tác giữa các tổ chức địa phương và tổ chức bên ngoài • Xác định và tư vấn với các nhóm xã hội, nhóm tập trung và đáp viên chính khác nhau • Sự khởi đầu và kết thúc của mỗi 'cuộc đưng đờ' nghiên cứu
Nghiên cứu điểm	<ul style="list-style-type: none"> • Ghi lại những câu chuyện đời thường hoặc một chuỗi những sự kiện liên quan đến một cá nhân, hộ gia đình hay một tổ chức tham gia và việc sản xuất và tiêu thụ bơ
Phân tích thời gian	Đánh giá thay đổi theo thời gian – mô hình lịch sử, mùa vụ hay thường ngày
Dòng thời gian	<ul style="list-style-type: none"> • Lịch sử thay đổi môi trường và xã hội tại cấp địa phương • Ảnh hưởng của sự can thiệp bên ngoài và phản ứng, sáng kiến của địa phương • Lịch sử sản xuất và tiêu thụ bơ cũng như xu hướng chính và những thay đổi • Lịch sử những cú sốc và sự căng thẳng về kinh tế và môi trường • Các mối liên kết giữa chính sách và thực tế, giữa "kết quả" được nhận thức và nguyên nhân của chúng
Lịch thời vụ	<ul style="list-style-type: none"> • Tần suất xuất hiện và sự phân bố của sâu và bệnh cây, nhu cầu thị trường, nguồn cung bơ, v.v... trong một năm hoặc lâu hơn. • Thời gian và lượng đầu vào (chất hoá học sử dụng trong nông nghiệp, công lao động, v.v...) được đầu tư trong sản xuất bơ • Thời gian và số tiền thu nhập cũng như chi tiêu liên quan đến sản xuất bơ • Khả năng sẵn có về nhân công
Biểu đồ cột và biểu đồ dòng	<ul style="list-style-type: none"> • Biến động giá • Biến động cung và cầu • Xu hướng về diện tích trồng bơ và sản lượng bơ • Xu hướng về năng suất
Phân tích không gian	Đánh giá thay đổi theo không gian
Lát cắt ngang	<ul style="list-style-type: none"> • Đặc điểm của những vùng trồng bơ khác nhau • Vị trí của nguồn nước, hạ tầng cơ sở, đặc điểm vật lý, v.v...
Bản đồ tài nguyên	<ul style="list-style-type: none"> • Vị trí của các dạng địa hình, loại đất, hạ tầng cơ sở, v.v... • Quyền sở hữu đất/việc giao quyền sở hữu đất • Loại và tính thâm canh của sử dụng đất và nước • Xói mòn và thoái hoá đất • Khả năng sẵn có về nước mặt và nước ngầm
Bản đồ dòng sản phẩm	<ul style="list-style-type: none"> • Điểm khởi đầu và kết thúc của các dòng từ vùng trồng bơ đến người tiêu dùng cuối cùng
Phân tích hệ thống	Đánh giá nguyên nhân và kết quả, ảnh hưởng, dòng, và những thay đổi trong một hệ thống
Biểu đồ ảnh hưởng	<ul style="list-style-type: none"> • Ảnh hưởng của các chương trình và các dự án khuyến nông – tích cực/tiêu cực, mong đợi/không mong đợi, trực tiếp/gián tiếp, hữu hình/vô hình • Những thay đổi về đời sống và tình trạng xã hội tại địa phương trước và sau khi có những sự can thiệp này • Ảnh hưởng của công nghệ mới, giống mới, thực tế tiếp cận
Hệ thống hay biểu đồ dòng	<ul style="list-style-type: none"> • Đầu vào và đầu ra trong một hệ thống trồng bơ • Dòng di chuyển của bơ trong các kênh thị trường khác nhau và việc xác định các tác nhân tham gia vào kênh
Biểu đồ nguyên nhân - kết quả	<ul style="list-style-type: none"> • Nguyên nhân và kết quả của các hoạt động và quá trình phát triển khác nhau • Nguyên nhân và kết quả của những thay đổi trong hệ thống nông nghiệp hay kiểu sử dụng đất
Cây vấn đề	<ul style="list-style-type: none"> • Sự tương tác qua lại phức tạp giữa các yếu tố nhân quả của những thay đổi tiêu cực và ảnh hưởng của chúng như: suy thoái môi trường và suy giảm năng suất nông nghiệp
Phân tích tổ chức	Đánh giá thay đổi về sắp xếp tổ chức và mối tương tác
Biểu đồ Venn	<ul style="list-style-type: none"> • Tần suất và cường độ của các tương tác giữa các tổ chức địa phương, tổ chức bên ngoài và những cá nhân tham gia vào sản xuất và tiêu thụ bơ • Những kinh nghiệm quá khứ và hiện tại và hoạt động của các tổ chức/nhóm nông dân • Quan điểm của người dân địa phương về đặc điểm cơ bản của tổ chức/nhóm nông dân hoạt động hiệu quả • Nguồn mâu thuẫn và hợp tác giữa các tổ chức địa phương và bên ngoài tham gia vào trồng bơ • Các mối liên kết
Biểu đồ mạng	<ul style="list-style-type: none"> • Tính đa dạng, tần suất, cường độ của mối liên lạc giữa các tác nhân xã hội khác nhau (hội

Phương pháp	Mục đích/Ứng dụng
lưới	<p>nông dân, người cung ứng đầu vào, người tiếp thị sản phẩm nông nghiệp, các nhà khuyến nông của chính phủ, v.v...)</p> <ul style="list-style-type: none"> • Tầm quan trọng của các mối quan hệ xã hội và lý do của các mối quan hệ đó • Những nguồn thông tin quan trọng liên quan đến trồng và tiêu thụ bơ
Phân tích tình trạng xã hội	Đánh giá những thay đổi về sự khác biệt xã hội & sự giàu có trong một hộ và các hộ và tình trạng xã hội
Phân loại cụm	<ul style="list-style-type: none"> • Xác định và phân tầng người trồng bơ dựa trên những tiêu chuẩn của địa phương (diện tích bơ, sự giàu có tương đối, cách thức trồng trọt, những nhà cải tổ, v.v...) • Các tiêu chuẩn/nhận thức của địa phương về sự giàu có tương đối và tình trạng xã hội • Nhóm đáp viên chính tập trung tiềm năng
Phân tích ưu tiên	Đánh giá những thay đổi về sự ưu tiên sử dụng các tiêu chí của địa phương
Chấm điểm ma trận và xếp hạng	<ul style="list-style-type: none"> • So sánh hệ thống các giống bơ với các tiêu chuẩn của địa phương • Những vấn đề ưu tiên của địa phương và/hoặc những cơ hội theo các nhóm quan tâm khác nhau
Xếp hạng cặp đôi	<ul style="list-style-type: none"> • Xếp hạng những lựa chọn, tiêu chuẩn, công nghệ, nguồn, hoạt động canh tác, phương pháp, tổ chức, v.v... từ tốt nhất đến dở nhất/từ quan trọng nhất đến ít quan trọng nhất • So sánh những nhóm cụ thể để rút ra những tiêu chuẩn và ưu tiên quan trọng
Biểu đồ bánh	<ul style="list-style-type: none"> • Tầm quan trọng tương đối của các tổ chức, tác nhân, nguồn, công nghệ khác nhau, v.v... • Tầm quan trọng tương đối của thu nhập từ bơ trong tổng thu nhập • Tầm quan trọng tương đối của một hạng mục đầu vào cụ thể trong tổng chi phí sản xuất

Phụ lục 2 Danh mục công việc

Người trồng bơ	
1. Sản lượng và chi phí sản xuất	<ul style="list-style-type: none">a. Những thay đổi gần đây trong hệ thống sản xuất tại địa phương (trong vòng 5 năm qua)=> diện tích trồng, sử dụng phân bón, năng suất, sản lượngb. Những khác biệt giữa các hộ gia đình và các nhóm dân tộc thiểu số => diện tích trồng, loại đất, kỹ thuật, năng suất, và sản lượngc. Loại đất và đất nơi trồng bơd. Sử dụng đất trồng bơ => trồng độc canh, trồng xen canh, và luân canh,e. Loại giống được trồngf. Đánh giá các loại giống khác nhau => năng suất, tính kháng sâu bệnh, yêu cầu đầu vào, vị, giá cả, v.v...g. Sử dụng đầu vào từ bên ngoài và chi phí => ví dụ: cây giống, phân vô cơ, công lao động (chẳng hạn như trên 1 ha)h. Chi phí vận chuyểni. Tính thời vụ trong sản xuất => làm đất, gieo trồng, trưởng thành và ra quả, bón phân, thu hoạch, v.v...j. Phân chia lao động theo giới trong sản xuất
2. Sử dụng	<ul style="list-style-type: none">a. Tỷ lệ sản lượng bơ được sử dụng trong gia đình = > làm thức ăn và cho gia súc ănb. Tỷ lệ bơ được bán trên thị trườngc. Những thay đổi trong việc sử dụng bơ (trong 5 năm gần đây) => làm thức ăn, cho gia cho ăn, bán
3. Sau thu hoạch	<ul style="list-style-type: none">a. Phương pháp thu hoạch = > Thiết bị, phương phápb. Phương pháp làm sạch ở mức hộ gia đìnhc. Các phương pháp bảo quảnd. Nguyên nhân tích trữ bơe. Hao hụt sau thu hoạch => tỷ lệ trong tổng sản lượng và nguyên nhân

Người trồng bơ	
4. Tiếp thị	<ul style="list-style-type: none"> a. Mùa tiếp thị b. Thời điểm bán của người trồng và lý do c. Những nhóm khách hàng và tầm quan trọng của họ d. Lợi thế và bất lợi của những nhóm khách hàng khác nhau e. Nơi bán hàng (vườn, chợ làng, chợ xã, chợ huyện, trung tâm thu gom) và tầm quan trọng của mỗi thành phần f. Lợi thế và bất lợi của các điểm bán khác nhau g. Sự cố của việc bán hàng theo nhóm h. Quá trình thương lượng giá => ai quyết định giá và tại sao i. Sắp xếp việc bán hàng => tiền mặt hay trao đổi hàng hoá, trả ngay hay trả chậm, có hợp đồng, v.v... j. Yêu cầu của khách hàng => chất lượng sản phẩm, kích cỡ, độ chín, khối lượng, nơi giao hàng, độ đồng nhất của sản phẩm v.v... k. Người mua cung cấp dịch vụ kèm theo => thông tin thị trường, lòng tin, đầu vào, hỗ trợ về mặt kỹ thuật, hợp đồng, v.v... l. Những thay đổi chính trong tiếp thị (trong vòng 5 năm qua) => người mua, nơi bán, sắp xếp bán hàng, v.v...
5. Giá cả	<ul style="list-style-type: none"> a. Giá bán bơ hiện tại => tại vườn/làng, hay cấp xã, huyện. b. Sự khác biệt về giá cả do giống, bề ngoài của sản phẩm, các nhân tố khác... c. Mức độ biến động giá cả trong các mùa d. Mức độ biến động giá cả giữa các năm e. Xu hướng giá (trong vòng 3 năm qua) và các nhân tố chính sau xu hướng giá f. Nhận thức về xu hướng giá cả trong tương lai (chẳng hạn như trong vòng 3 năm tới) và các nhân tố chính tạo ra xu hướng
6. Tiếp cận dịch vụ	<ul style="list-style-type: none"> a. Cung cấp đầu vào => nguồn, chất lượng khả năng đầu tư vật tư đầu vào, khó khăn, v.v... b. Thông tin thị trường => nguồn, độ tin cậy, khó khăn, v.v... c. Tư vấn kỹ thuật về sản xuất, công nghệ sau thu hoạch và tiếp thị => nguồn, độ tin cậy, khó khăn, v.v...

Người trồng bơ	
	d. Vận chuyển => khả năng sẵn có, chi phí, khó khăn, v.v... e. Tài chính => nguồn, chi phí, khó khăn, v.v... f. Các dịch vụ khác
7. Khó khăn và trở ngại	a. Những khó khăn và trở ngại chính trong sản xuất bơ b. Những khó khăn và trở ngại chính trong việc tiếp thị bơ c. Những giải pháp đề xuất để giải quyết khó khăn

Người kinh doanh bơ	
1. Thông tin tiêu sử	a. Địa điểm b. Số năm kinh doanh c. Loại mặt hàng kinh doanh d. Những hoạt động khác ngoài kinh doanh bơ e. Tính mùa vụ trong hoạt động kinh doanh bơ của tư thương f. Số nhân viên (nếu có)
2. Khối lượng và nguồn bơ	a. Lượng bơ được mua một tuần và một tháng (chính vụ và trái vụ) b. Lượng bơ được mua một năm c. Khu vực nơi bơ được mua d. Tầm quan trọng liên quan của vùng cung cấp (về mặt khối lượng) e. Sự khác biệt giữa các vùng cung cấp xét về mặt chất lượng f. Lợi thế và bất lợi của các vùng cung cấp g. Loại quả được mua (giống) h. Loại bơ được ưa chuộng i. Sự khác biệt về chất lượng giữa các giống bơ

Người kinh doanh bơ	
	j. Xu hướng chính và những thay đổi về khối lượng mua bán và khu vực cấp hàng (trong vòng 5 năm qua)
3. Nhà cung cấp	<ul style="list-style-type: none"> a. Nhà cung cấp bơ => ví dụ: nông dân, người thu gom, v.v... b. Tầm quan trọng của các nhà cung cấp về khối lượng và tính thường xuyên của nguồn cung c. Sự khác biệt về giống và chất lượng, v.v... giữa những nhà cung cấp d. Lợi thế và bất lợi của các nhà cung cấp
4. Người mua	<ul style="list-style-type: none"> a. Người mua bơ (ví dụ như tư thương, người bán lẻ, người tiêu dùng...) và địa điểm b. Nhu cầu về sản phẩm của các khách hàng khác nhau => khối lượng, chất lượng, tính thường xuyên của nguồn cung, v.v... c. Lợi thế và bất lợi của những người mua
5. Giá cả	<ul style="list-style-type: none"> a. Giá bơ mua vào hiện tại b. Giá bán hiện tại c. Những nhân tố ảnh hưởng đến giá mua và giá bán của bơ => chẳng hạn như: giống, độ chín, hình thức quả, kích cỡ, v.v... d. Mức độ biến động giá bơ trong một mùa và nguyên nhân e. Mức độ biến động giá bơ theo các mùa và nguyên nhân f. Xu hướng giá (trong 3 năm qua) và các nhân tố chính sau xu hướng này. g. Nhận thức về xu hướng giá trong tương lai (trong vòng 3 năm tới) và các nhân tố tạo ra xu hướng. h. .
6. Giao dịch	<ul style="list-style-type: none"> a. Nơi mua hàng => vườn, làng, cửa hàng riêng, v.v... b. Nơi bán c. Sử dụng các đại lý mua hàng d. Thủ tục thanh toán, cả khi mua và bán => bằng tiền mặt hay trao đổi hàng hoá, trả ngay hay trả chậm,

Người kinh doanh bơ	
	<p>V.V...</p> <p>e. Các điều khoản và điều kiện mua - bán khác</p> <p>f. Quá trình thương lượng với người cung cấp và người mua => ai quyết định giá và những điều kiện khác</p> <p>g. Mối quan hệ với người cung cấp và người mua => tính đều đặn của giao dịch, hợp đồng, tín dụng, v.v...</p>
7. Sau thu hoạch	<p>a. Các phương pháp thu hái bơ => thiết bị, công suất, khó khăn</p> <p>b. Các phương pháp đóng gói => loại cơ sở vật chất, công suất, v.v...</p> <p>c. Giai đoạn bảo quản thông thường, lý do bảo quản</p> <p>d. Các phương pháp phân loại, và lý do cần phân loại</p> <p>e. Tỷ lệ hao hụt trong thu hoạch và bảo quản, lý do</p>
8. Các dịch vụ hỗ trợ	<p>a. Vận chuyển => phương tiện vận chuyển và công suất; chủ sở hữu phương tiện vận chuyển, tính sẵn có và chi phí thuê phương tiện, v.v...</p> <p>b. Thông tin thị trường => nguồn, độ tin cậy, khó khăn, v.v...</p> <p>c. Tín dụng => nguồn và tầm quan trọng, tần suất, chi phí, khó khăn, v.v...</p> <p>d. Thu hoạch</p> <p>e. Các dịch vụ hỗ trợ khác</p>
9. Chi phí tiếp thị và rủi ro	<p>a. Chi phí tiếp thị chính => công lao động, vận chuyển, tín dụng, thuê, giao tiếp, hao hụt sản phẩm, v.v...</p> <p>b. Chi phí tiếp thị trên một đơn vị sản phẩm bơ (ví dụ như 100 kg hoặc 1 tấn) => quản lý, vận chuyển, vệ sinh, đóng gói, hao hụt sản phẩm, lãi suất tín dụng, thuế, v.v...</p> <p>c. Những rủi ro chính trong tiếp thị => hao hụt sản phẩm, tính sẵn có và chất lượng của sản phẩm, phá vỡ hợp đồng, biến động giá, v.v...</p>
10. Chính sách và điều lệ	<p>a. Chính sách và điều lệ chính ảnh hưởng đến việc kinh doanh bơ của tư thương => đăng ký, thuế, tín dụng, trợ cấp cho người trồng bơ dân tộc thiểu số ở vùng cao, v.v...</p> <p>b. Tác động của chính sách và điều lệ đến kinh doanh của tư thương</p>

Người kinh doanh bơ	
	c. Những thay đổi được khuyến nghị về mặt chính sách và điều lệ
11. Những trở ngại và cơ hội chính	<ul style="list-style-type: none">a. Những trở ngại chính đối với phát triển ngành kinh doanh bơb. Những giải pháp cho các trở ngại nàyc. Cơ hội chính để phát triển ngành kinh doanh bơd. Những nhân tố giúp tiếp cận các cơ hội này

Nhà cung cấp đầu vào	
1. Thông tin tiêu sử	<ul style="list-style-type: none"> a. Địa điểm b. Số năm kinh doanh c. Loại mặt hàng đầu vào và các sản phẩm khác đang kinh doanh
2. Mua và bán sản phẩm đầu vào	<ul style="list-style-type: none"> a. Khối lượng đầu vào (đặc biệt là cây bơ giống, phân bón) một tháng và năm b. Loại cây giống và giá c. Tính mùa vụ về việc bán đầu vào d. Nhà cung cấp đầu vào và địa điểm của họ e. Người mua đầu vào và địa điểm của họ f. Giá bán buôn và bán lẻ hiện tại của cây giống và phân bón
3. Xu hướng	<ul style="list-style-type: none"> a. Xu hướng bán cây bơ giống (tất cả các loại cây giống) và phân bón (trong vòng 3 năm qua) và lý do dẫn đến những xu hướng này b. Nhận thức về xu hướng nhu cầu trong tương lai của những vật tư đầu vào này (trong vòng 3 năm tới) và những nhân tố chính dẫn đến xu hướng c. Xu hướng về giá của những vật tư đầu vào này (trong vòng 3 năm qua) và nguyên nhân dẫn đến xu hướng d. Nhận thức về xu hướng giá trong tương lai (trong vòng 3 năm tới) và những yếu tố chắc chắn dẫn đến những xu hướng này
4. Giao dịch	<ul style="list-style-type: none"> a. Sắp xếp việc mua hàng/điều kiện đối với đầu vào: ví dụ: mua chịu, trả ngay bằng tiền mặt, v.v... b. Sắp xếp việc bán hàng/ điều kiện đối với đầu vào: ví dụ: mua chịu, trả ngay bằng tiền mặt, payment in kind, v.v...
5. Chính sách và điều lệ	<ul style="list-style-type: none"> a. Những chính và điều lệ chính ảnh hưởng đến việc kinh doanh đầu vào (chính sách hỗ trợ).
6. Trở ngại và cơ hội	<ul style="list-style-type: none"> b. Những trở ngại chính đối với sự phát triển ngành kinh doanh đầu vào c. Giải pháp cho những khó khăn này d. Những cơ hội chính cho sự phát triển ngành kinh doanh đầu vào e. Những nhân tố tạo nên sự phát triển f. Những kiến nghị nhằm cải thiện khả năng tiếp cận các vật tư đầu vào của người nông dân

Nhân viên từ các Cơ quan Nhà Nước và các Tổ chức quản chúng
1. Vai trò/Chức năng của cơ quan đối với sản xuất, kinh doanh và chế biến bơ
<p>2. Số liệu trong vòng 5 năm qua</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Số hộ tham gia vào sản xuất bơ ở cấp xã/huyện/tỉnh; ▶ Diện tích trồng bơ ở cấp xã, huyện, và tỉnh; ▶ Loại giống bơ được trồng trong huyện và tỉnh ▶ Sản lượng
<p>3. Chiến dịch, chính sách, điều lệ, và chương trình cho ngành bơ</p> <ul style="list-style-type: none"> ▶ Trên văn bản: mục tiêu, trách nhiệm/cơ quan thực thi, hoạt động, v.v... ▶ Chất lượng của việc cưỡng chế (chính sách và điều lệ) và thực hiện (chương trình) ▶ Ảnh hưởng đến sản xuất, kinh doanh, và chế biến
4. Những trở ngại chính đối với việc phát triển ngành bơ (sản xuất, kinh doanh, và chế biến) ở huyện và tỉnh
5. Những cơ hội quan trọng liên quan đến sự phát triển của ngành bơ (sản xuất, kinh doanh, và chế biến) ở huyện và tỉnh