

NÂNG CAO GIÁ TRỊ SẢN PHẨM MANG NHÃN HIỆU CHỨNG NHẬN “THẠCH ĐEN THẠCH AN - CAO BẰNG”

● BÙI NHƯ HIỂN¹ - NGUYỄN THU THỦY¹ - NGUYỄN THỊ LƯƠNG ANH¹

¹Trường Đại học Kinh tế và Quản trị kinh doanh, Đại học Thái Nguyên

DOI: <https://doi.org/10.62831/202504023>

TÓM TẮT:

Tiến hành nghiên cứu 112 đối tượng liên quan về quá trình phát triển sản phẩm thạch đen Thạch An tỉnh Cao Bằng, nhóm tác giả nhận thấy sản phẩm có nhiều lợi thế về chất lượng, thương hiệu và mức độ tiêu thụ. Tuy nhiên, sản phẩm có mức độ đa dạng thấp, việc tiếp cận các tỉnh miền Trung, miền Nam và quốc tế do thời gian bảo quản ngắn, chất lượng sản phẩm không đồng đều giữa các hộ sản xuất... Điều này đã ảnh hưởng đến việc nâng cao giá trị sản phẩm mang nhãn hiệu chứng nhận “Thạch đen Thạch An - Cao Bằng”. Vì vậy, một số giải pháp đã được bài viết đưa ra nhằm đưa Thạch đen Thạch An trở thành sản phẩm mũi nhọn của Huyện như: nâng cao chuỗi liên kết trong sản xuất thạch đen, đẩy mạnh hoạt động xúc tiến thương mại và đa dạng hóa sản phẩm.

Từ khóa: nhãn hiệu chứng nhận, thạch đen, giá trị sản phẩm, huyện Thạch An, tỉnh Cao Bằng.

1. Đặt vấn đề

Huyện Thạch An là địa phương có điều kiện khí hậu, thổ nhưỡng rất phù hợp cho cây thạch đen. Nhờ trồng thạch đen, nhiều hộ gia đình vươn lên thoát nghèo, thu nhập ổn định. Từ cây “xóa đói, giảm nghèo”, hiện thạch đen trở thành cây “làm giàu” của nhiều hộ gia đình. Sau khi được đăng ký nhãn hiệu chứng nhận “Thạch đen - Thạch An” năm 2020, sản phẩm thạch đen của huyện Thạch An, tỉnh Cao Bằng có thị trường rộng mở hơn, được nhiều người tiêu dùng tin tưởng sử dụng. Mặc dù nhận được nhiều hỗ trợ của chính quyền và được người tiêu dùng biết đến từ lâu nhưng sản phẩm thạch đen Thạch An vẫn chưa phát triển so với tiềm năng và chưa cạnh tranh

được với thạch đen Tràng Định - Lạng Sơn (địa phương phát triển thạch đen muộn hơn).

Vì vậy, nhóm tác giả đã tập trung đánh giá thực trạng sản xuất, tiêu thụ thạch đen và quá trình quản lý, phát triển nhãn hiệu chứng nhận “Thạch đen Thạch An - Cao Bằng” giai đoạn 2021 - 2023 nhằm xây dựng chiến lược phát triển, nâng cao giá trị sản phẩm trong thời gian tới.

2. Phương pháp nghiên cứu

Thu thập số liệu sơ cấp: để thực hiện được nội dung của bài viết, tác giả đã thu thập thông tin từ 03 nhóm đối tượng với 112 mẫu điều tra tại 03 xã có số lượng trồng, sản xuất thạch đen lớn nhất của huyện gồm: xã Trạng Con, xã Đức Thông, xã Thái Cường huyện Thạch An, tỉnh Cao

Bảng, cụ thể: Cán bộ quản lý (16 phiếu); Hộ sản xuất, kinh doanh thạch đen (46 phiếu); Người tiêu dùng (50 phiếu).

2.500 tấn năm 2022 với giá trung bình khoảng 35 - 40.000 đồng/kg, giá trị kinh tế đem lại cho nhân dân khoảng 80 - 100 tỷ đồng/năm. (Bảng 1)

Bảng 1. Hiện trạng sản xuất cây thạch đen huyện Thạch An, tỉnh Cao Bằng giai đoạn 2021-2023

Chỉ tiêu	ĐVT	Năm 2021	Năm 2022	Năm 2023	So sánh (%)	
					2022/2021	2023/2022
Diện tích	Ha	492	534,87	283,3	108,71	52,97
Sản lượng	Tấn	2.053	2.500	1.416,5	121,77	56,66
Năng suất bình quân	Tấn/ha	4,17	4,67	5,0	111,99	107,07

Nguồn: Phòng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn huyện Thạch An, 2021-2023

Phương pháp phân tích số liệu: sử dụng phương pháp phân tích giá trị gia tăng trong phân tích, đánh giá hiệu quả sản xuất thạch đen tại huyện Thạch An, tỉnh Cao Bằng với một số chỉ tiêu chính sau: Tổng giá trị sản xuất (GO); Chi phí trung gian (IC); Giá trị gia tăng (VA), Giá trị sản xuất (GO/IC), Giá trị gia tăng (VA/IC), Giá trị lãi ròng (NPr/ IC).

Phương pháp SWOT: phương pháp này sẽ làm rõ điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội, thách thức trong sản xuất và tiêu thụ thạch đen, làm cơ sở quan trọng để thúc đẩy mở rộng, phát triển nhãn hiệu chứng nhận “Thạch đen Thạch An - Cao Bằng” bền vững.

3. Nội dung nghiên cứu

3.1. Thực trạng sản xuất sản phẩm thạch đen Thạch An - Cao Bằng

Cây thạch đen là cây trồng mũi nhọn của huyện Thạch An, những năm gần đây việc sản xuất Thạch đen đã trở thành một mặt hàng quan trọng và là cây xóa đói giảm nghèo của nhiều hộ dân trên địa bàn huyện. Cây thạch đen được sử dụng để sản xuất thạch thành phẩm sử dụng cho nhu cầu ăn uống của người dân trong và ngoài tỉnh, đồng thời còn được xuất khẩu đi một số quốc gia trên thế giới. Hiện nay, vùng trồng thạch đen chủ yếu ở các xã Trọng Con, Đức Thông, Canh Tân, Minh Khai, Quang Trọng, Kim Đồng, Thái Cường, Thụy Hùng, sản lượng đạt lớn nhất là

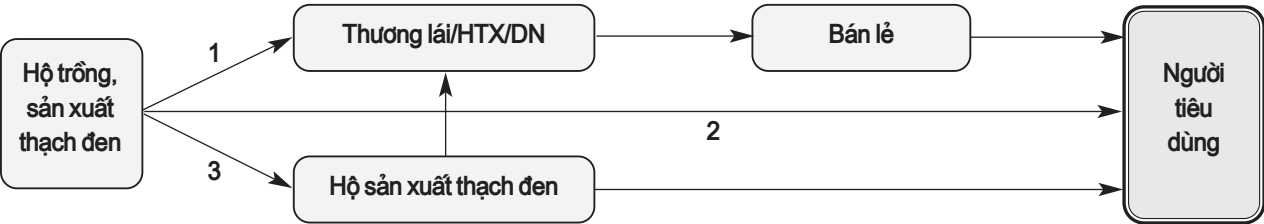
Cây thạch đen sau khi được thu hoạch sẽ được người dân, hộ kinh doanh, HTX sơ chế và nấu thành thạch đen ăn liền và mang bán ra trên thị trường. Do chất lượng tốt và thương hiệu Thạch đen Cao Bằng đã có từ lâu đời nên được người tiêu dùng ưa chuộng, dễ bán và được giá tốt với 70% hộ dân được hỏi cho biết tiêu thụ dễ dàng, 20% cho biết tiêu thụ bình thường và chỉ có 10% người được hỏi cho biết là tiêu thụ còn khó khăn (vì khó bảo quản nên khó vận chuyển đi xa để bán được nhiều).

Do sản phẩm thạch đen chưa có nhiều sản phẩm chế biến, hơn nữa thời gian bảo quản không lâu nên hạn chế khả năng mở rộng thị trường đến các tỉnh phía Nam hoặc mua với số lượng lớn. Tác giả đã tổng hợp thông tin từ kết quả điều tra để xây dựng các kênh tiêu thụ thạch đen của địa phương thời gian qua tại Sơ đồ 1, theo đó, sản phẩm thạch đen sẽ tiêu thụ thông qua 03 kênh phân phối chính:

Tiến hành đánh giá hiệu quả trong sản xuất sản phẩm thạch đen Thạch An của các hộ kinh doanh tác giả có kết quả tại Bảng 2, theo đó:

- *Chi phí trung gian (IC):* Chi phí trung gian (IC) chiếm 42,5% tổng giá trị sản xuất, trong đó, chi phí nguyên liệu là 5,000 đồng/kg, tương đương 25% tổng giá trị sản xuất. Bao bì chiếm 17,5% tổng giá trị sản xuất, cho thấy vai trò đáng kể trong cấu trúc chi phí, việc không phát

Sơ đồ 1: Các kênh tiêu thụ sản phẩm thạch đen Thạch An - Cao Bằng



Nguồn: Tổng hợp từ số liệu điều tra năm 2024

sinh chi phí khác là một điểm tích cực trong quản lý sản xuất.

- *Giá trị gia tăng (VA):* Giá trị gia tăng (VA) chiếm 14,08% tổng giá trị sản xuất, cho thấy mức độ đóng góp từ các hoạt động tăng giá trị còn hạn chế. Trong các yếu tố cấu thành, chi phí lao động chiếm 15%, là khoản đầu tư quan trọng cho hoạt động sản xuất. Lãi gộp (GPr) chiếm 40% tổng giá trị sản xuất, sau khi trừ khấu hao công cụ máy móc lãi ròng (NPr) còn 5,500 đồng/kg (27,5% tổng giá trị sản xuất), phản ánh khả năng sinh lời tốt.

- *Xét về hiệu quả kinh tế:* Các chỉ tiêu hiệu quả kinh tế (HQKT) cho thấy kết quả khả quan. Chỉ số GO/IC cho thấy mỗi đồng chi phí trung gian tạo ra 2,35 đồng giá trị sản xuất, chứng minh khả năng tận dụng tốt nguồn lực. Tuy nhiên, VA/IC

= 0,33 cho thấy giá trị gia tăng còn thấp so với chi phí trung gian, cần được cải thiện. Lãi gộp so với chi phí trung gian ($GPr/IC = 0,94$) gần đạt mức tương đương, cho thấy hiệu quả sinh lời tốt. Đặc biệt, $NPr/IC = 1,95$ thể hiện lãi ròng gần gấp 2 lần chi phí trung gian, phản ánh hiệu quả kinh tế cao, dù vẫn cần cải thiện để nâng cao tính bền vững và cạnh tranh trong sản xuất. (Bảng 2)

Tiến hành phỏng vấn cán bộ quản lý địa phương

Bảng 2. Phân tích hiệu quả sản xuất của hộ sản xuất thạch đen Thạch An

Đơn vị: Đồng/kg

TT	Các khoản mục	Chi phí (đồng)	Tỷ trọng (%)
1	Tổng giá trị sản xuất (GO)	20000	100
2	Chi phí trung gian (IC):	8500	42,5
	Chi phí nguyên liệu	5000	25
	Bao bì	3500	17,5
	Chi phí khác	0	0
3	Giá trị gia tăng (VA = GO - IC):	2816	14,08
	Lao động	3000	15
	Lãi gộp (GPr): 8000	40	
	+ Khấu hao công cụ, máy móc	3000	15
	+ Lãi ròng (NPr)	5500	27,5
4	Chỉ tiêu HQKT (lần):		
	- GO/IC	2,35	
	- VA/IC	0,33	
	- GPr/IC	0,94	
	- NPr/IC	1,95	

Nguồn: Tổng hợp từ số liệu điều tra năm 2024

và người tiêu dùng, nhóm nghiên cứu nhận thấy một số lý do chính giúp sản phẩm thạch đen Thạch An - Cao Bằng được ưa chuộng và dễ tiêu thụ vì có chất lượng tốt, hương vị thơm ngon và có thương hiệu. Thêm vào đó, địa phương và người dân cũng khá tích cực trong việc quảng bá sản phẩm thạch thông qua các chương trình hội chợ trong và ngoài tỉnh; thông qua các phương tiện thông tin đại chúng chủ yếu là trang cá nhân trên zalo, facebook và thông

qua các đối tác trong và ngoài tỉnh bằng uy tín và giới thiệu. Nhờ đó, sản phẩm thạch đen Thạch An - Cao Bằng được nhiều người tiêu dùng biết đến và tin dùng. Song, mức độ đa dạng hóa sản phẩm của thạch đen Thạch An chưa nhiều, hiện chủ yếu là sản xuất thạch 1kg/hộp, 0,5 kg/hộp một số hộ sản xuất thêm được bánh thạch đen nhưng không nhiều.

3.2. Đánh giá hoạt động quản lý và phát triển nhãn hiệu chứng nhận “Thạch đen Thạch An - Cao Bằng”

Năm 2021, sản phẩm thạch đen Thạch An được đăng ký nhãn hiệu chứng nhận số 373302 đã được Cục Sở hữu trí tuệ cấp cho đơn vị chủ sở hữu nhãn hiệu chứng nhận là Ủy ban nhân dân huyện Thạch An theo Quyết định số 105683/QĐ-SHTT ngày 16/12/2020. Nhãn hiệu chứng nhận được công nhận và bảo hộ tạo điều kiện cho các tổ chức, cá nhân sản xuất, chế biến thạch đen trên địa bàn huyện được sử dụng tem nhãn, truy xuất nguồn gốc rõ ràng, người tiêu dùng tin tưởng và yên tâm khi sử dụng sản phẩm thạch đen Thạch An.

Tiến hành phỏng vấn 12 cán bộ quản lý huyện Thạch An, nhóm tác giả nhận thấy cán bộ quản lý đều đánh giá cao việc đăng ký sản phẩm mang nhãn hiệu chứng nhận “Thạch đen Thạch An - Cao Bằng” vì nó mang lại nhiều lợi ích như: Nâng cao giá trị sản phẩm; Phát triển thương hiệu thạch đen Thạch An; Gia tăng nhận thức của người dân trong sản xuất sản phẩm thạch đen Thạch An; Công tác quản lý tốt hơn; Chất lượng tốt hơn; Đa dạng hóa sản phẩm; Mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm trong nước, nước ngoài... Vì vậy, địa phương đã khuyến khích người dân tham gia đăng ký sử dụng nhãn hiệu chứng nhận “Thạch đen Thạch An - Cao Bằng”. Sau khi Nhãn hiệu chứng nhận được đăng ký, đã cấp quyền sử dụng cho 06 hộ sản xuất thạch đen tại huyện Thạch An, đến nay số lượng đã gia tăng lên 11 hộ sản xuất. Các sản phẩm mang nhãn hiệu chứng nhận “Thạch đen Thạch An - Cao Bằng” của các hộ dân đăng ký được lãnh đạo địa phương tạo điều kiện quảng bá tại các hội chợ thương mại, hội chợ hàng nông sản trong và ngoài tỉnh, nhờ đó sản phẩm được nhiều người tiêu dùng

biết đến và có cơ hội quảng bá tốt hơn. Nhờ đó, việc cung cấp sản phẩm thạch đen đến các siêu thị, cửa hàng sản phẩm sạch thuận lợi hơn thậm chí thạch đen đã được xuất khẩu sang Trung Quốc, nhờ đó giá trị của thạch đen được gia tăng. Song số lượng hộ sản xuất đăng ký sử dụng nhãn hiệu chứng nhận “Thạch đen Thạch An - Cao Bằng” còn hạn chế, không đạt kỳ vọng của lãnh đạo địa phương. Nguyên nhân được đưa ra do đầu ra của hộ vẫn ổn định; một số hộ có nguyện vọng nhưng không đáp ứng được yêu cầu về quy định an toàn vệ sinh thực phẩm, giấy phép sản xuất. Thêm vào đó, trong quá trình quản lý nhãn hiệu chứng nhận “Thạch đen Thạch An - Cao Bằng”, vấn đề về bảo hộ tem mác chưa được quản lý chặt chẽ, nên các hộ dân chưa đăng ký nhãn hiệu chứng nhận cũng có thể sử dụng được để dán vào sản phẩm của mình.

3.3. Phân tích cơ hội, thách thức trong phát triển sản phẩm mang nhãn hiệu chứng nhận “Thạch đen Thạch An - Cao Bằng”

Điểm mạnh của sản phẩm nhãn hiệu chứng nhận “Thạch đen Thạch An - Cao Bằng”:

- Khí hậu và thổ nhưỡng phù hợp cho trồng sản phẩm Thạch đen, nên năng suất tương đối cao.
- Sản phẩm đã được chứng nhận nhãn hiệu “Thạch đen - Thạch An,” tạo uy tín trên thị trường.
- Người dân có kinh nghiệm lâu đời trong việc trồng và chế biến thạch đen.
- Nhận được hỗ trợ của địa phương trong phát triển.
- Thu nhập mang lại cho người dân tương đối cao, nhờ đó khuyến khích người dân mở rộng sản xuất.

Điểm hạn chế của sản phẩm nhãn hiệu chứng nhận “Thạch đen Thạch An - Cao Bằng”:

- Quy mô sản xuất manh mún
- Chất lượng sản phẩm chưa đồng đều giữa các hộ sản xuất.
- Mức độ áp dụng khoa học kỹ thuật hiện đại còn hạn chế.
- Hoạt động chế biến còn đơn giản, thủ công.
- Thị trường tiêu thụ chưa ổn định, phụ thuộc nhiều vào thương lái.

- Thiếu vốn đầu tư và nhân lực có trình độ kỹ thuật cao

- Mức độ liên kết giữa các tác nhân trong chuỗi giá trị còn lỏng lẻo.

Cơ hội của sản phẩm nhãn hiệu chứng nhận “Thạch đen Thạch An - Cao Bằng”:

- Nhận được ưu đãi của tỉnh trong phát triển nông nghiệp, đặc biệt là phát triển nhãn hiệu Thạch đen Thạch An - Cao Bằng.

- Có khả năng mở rộng quy mô sản xuất.

- Nhu cầu thị trường đối tượng đối lớn.

- Có thể chế biến thành nhiều sản phẩm khác nhằm tăng giá trị sản phẩm như: làm siro, bột thạch khô,...

Thách thức đối với sản phẩm nhãn hiệu chứng nhận “thạch đen Thạch An - Cao Bằng”:

- Đối thủ cạnh tranh của sản phẩm khá nhiều, đã khẳng định được thương hiệu, đặc biệt là thạch đen Lạng Sơn đã áp dụng khoa học công nghệ để phát triển mạnh

- Đòi hỏi của thị trường ngày càng khắt khe về kỹ thuật, chất lượng sản phẩm.

- Sự đa dạng trong các thực phẩm thay thế cho thạch đen đối với người tiêu dùng.

4. Kết luận

Sản phẩm mang nhãn hiệu chứng nhận “Thạch đen Thạch An - Cao Bằng” đang ngày càng khẳng định được thương hiệu trên thị trường, đặc biệt khi địa phương đã có nhiều hỗ trợ trong quảng bá tiêu thụ sản phẩm. Song do quy mô còn nhỏ lẻ, mức độ liên kết trong chuỗi giá trị thạch đen hạn chế nên việc đa dạng hóa sản phẩm và mở rộng thị trường chưa đạt kỳ vọng. Dựa vào phân tích SWOT trong mục 3.3. nhóm tác giả đưa ra một số chiến lược nhằm nâng cao giá trị sản phẩm mang nhãn hiệu chứng nhận “Thạch đen Thạch An - Cao Bằng” như sau:

- *Các chiến lược SO*: Nắm bắt ưu đãi từ chính sách của tỉnh, huyện để phát triển sản phẩm thạch đen Thạch An bền vững; Quy hoạch vùng trồng thạch đen nhằm kiểm soát nguồn cung ứng; Thành lập các Tổ hợp tác nhằm giúp người dân nâng cao năng suất, chất lượng và thị trường tiêu thụ. Tập trung chuyển giao kỹ thuật, nâng cao trình độ của người dân, cán bộ quản lý nhằm tiếp cận với cách thức canh tác mới, kỹ thuật chế biến sản phẩm.

- *Các chiến lược ST*: Nâng cao chất lượng sản phẩm thạch đen thông qua áp dụng các tiêu chuẩn ISO, VietGap; Phát triển đa dạng các phương thức kinh doanh, tiêu thụ thạch đen trên địa bàn huyện nhằm gia tăng thu nhập cho người dân; Mở rộng quy mô trồng thạch đen áp dụng tiêu chuẩn kỹ thuật; Tập trung phát triển nhãn hiệu “Thạch đen Thạch An - Cao Bằng”.

- *Các chiến lược WO*: Có chính sách hỗ trợ, thu hút tổ chức kinh tế, doanh nghiệp tham gia tiêu thụ, chế biến sản phẩm thạch đen Thạch An; Gia tăng mức độ liên kết giữa các tác nhân trong chuỗi liên kết sản xuất, kinh doanh thạch đen Thạch An; Đẩy mạnh công tác tuyên truyền, đào tạo nhằm thay đổi tư duy sản xuất sản phẩm thạch đen Thạch An của các tác nhân trong chuỗi giá trị.

- *Các chiến lược WT*: Gia tăng giá trị sản phẩm bằng việc tập trung hoạt động chế biến sâu sản phẩm thạch đen Thạch An; Chú trọng đầu tư máy móc thiết bị trong sản xuất và chế biến đa dạng các loại hình sản phẩm, nâng cao giá trị gia tăng đối với sản phẩm thạch đen Thạch An; Đầu tư xúc tiến thương mại, quảng cáo, marketing để mở rộng thị trường tiêu thụ sản phẩm; Xây dựng các chế tài trong mối liên kết nhằm ràng buộc các tác nhân trong chuỗi tuân thủ quy định về chất lượng sản phẩm ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO:

1. Chu Tiến Quang (2008). Một số vấn đề về Chuỗi giá trị nông sản toàn cầu. Truy cập tại <https://vnep.ciem.org.vn/Upload/Mot%20so%20van%20de%20ve%20chuoi%20gia%20tri%20nong%20san%20toan%20cau.pdf>

2. Cục Thống kê tỉnh Cao Bằng (2022-2024). Niên giám thống kê năm 2021, 2022, 2023.
3. Phòng Nông nghiệp và Phát triển nông thôn huyện Thạch An (2021-2023). Báo cáo tình hình thực hiện các mục tiêu phát triển kinh tế - xã hội năm 2021, 2022, 2023 và phương hướng, nhiệm vụ công tác năm 2022, 2023, 2024.
4. Trần Gia Long (2013). Đổi mới liên kết sản xuất, tiêu thụ nông sản giữa các tác nhân theo cơ chế thị trường để nâng cao giá trị gia tăng theo chuỗi giá trị nông sản. Tạp chí Kinh tế phát triển, trang 13#28.
5. Võ Thị Thanh Lộc và Nguyễn Phú Sơn (2013). Giáo trình phân tích chuỗi giá trị sản phẩm (ứng dụng trong lĩnh vực nông nghiệp). Nhà xuất bản Đại học Cần Thơ.

Ngày nhận bài: 17/12/2024

Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 4/1/2025

Ngày chấp nhận đăng bài: 18/1/2025

ENHANCING THE VALUE OF THE CERTIFIED TRADEMARK “THACH AN BLACK JELLY - CAO BANG”

● BUI NHU HIEN¹
● NGUYEN THU THUY¹
● NGUYEN THI LUONG ANH¹

¹Thai Nguyen University of Economics and Business Administration

ABSTRACT:

This study examines the development of Thach An black jelly products in Cao Bang province through an analysis of 112 related subjects. The findings highlight the product's strengths in quality, branding, and consumer demand. However, challenges such as limited product diversity, short preservation time, and inconsistent quality among producers hinder its expansion to central, southern, and international markets. These factors have restricted the added value of the certified label "Thach An Black Jelly – Cao Bang." To address these issues, the study proposes key solutions, including strengthening production linkages, enhancing trade promotion activities, and diversifying product offerings to position Thach An black jelly as a flagship product of the district.

Keywords: certified brand, black jelly, product value, Thach An district, Cao Bang province.