

PHÂN TÍCH HÀNH VI CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG ĐỐI VỚI NÔNG SẢN BẢN ĐỊA VÀ ĐẶC SẢN ĐỊA PHƯƠNG KHU VỰC MIỀN NÚI PHÍA BẮC

Hồ Ngọc Sơn, Trần Thị Thanh Tâm, Đinh Thị Huyền, Ngô Thị Thanh Hương
TÓM TẮT

Nông sản bản địa, đặc sản địa phương (NSBĐ, ĐSDP) đang thu hút sự quan tâm ngày càng lớn của người tiêu dùng và do đó mở ra cơ hội phát triển kinh tế cho vùng dân tộc thiểu số, góp phần xoá đói giảm nghèo và làm giàu. Tuy nhiên lợi thế của khu vực miền núi là các NSBĐ và ĐSDP vẫn chưa được phát huy do người sản xuất và người tiêu dùng, doanh nghiệp thiếu thông tin về thị trường. Trên cơ sở đó nghiên cứu về thị trường nông sản bản địa của người dân tộc thiểu số miền núi phía Bắc là rất cần thiết. Nghiên cứu được thực hiện qua khảo sát 315 người tiêu dùng tại Hà Nội và 2 tỉnh Bắc Kạn và Yên Bái tháng 7 năm 2018. Kết quả nghiên cứu cho thấy nông sản bản địa và đặc sản địa phương là sản phẩm được khách hàng tin dùng nhiều nhất so với các dòng nông sản khác. Đa số người tiêu dùng cho biết họ sẽ chọn sản phẩm nông sản bản địa thay vì các nông sản có nguồn giống lai hoặc biến đổi gen. Giá bán lẻ NSBĐ và ĐSDP được coi là phù hợp. Kênh bán hàng chủ yếu là các cửa hàng nông sản, chợ, trong khi khách hàng mong muốn mua tại siêu thị. Tiềm năng để phát triển kinh tế dựa trên các nông sản bản địa và đặc sản địa phương là rất lớn, cần được khai thác để góp phần xoá đói giảm nghèo cho người dân và bảo tồn nguồn gen các loài đặc sản.

Từ khóa: Nông sản bản địa, đặc sản địa phương, dân tộc thiểu số, thị trường, khách hàng.

Người phản biện: TS. Dương Ngọc Thí

Ngày nhận bài: 8/8/2018

Ngày thông qua phản biện: 10/9/2018

Ngày duyệt đăng: 17/9/2018