



NGHIÊN CỨU VỀ MỨC GIÁ NGƯỜI TIÊU DÙNG TP. LONG XUYỀN MONG ĐỢI ĐỐI VỚI GẠO HỮU CƠ

CAO MINH TOÀN, TRẦN THỊ TUYẾT NHI

Nghiên cứu này phân tích mức giá người dân TP. Long Xuyên mong đợi đối với 2 loại gạo hữu cơ bình dân và gạo hữu cơ cao cấp thông qua kỹ thuật xác định mức giá mong đợi và dữ liệu từ 250 người tiêu dùng tại TP. Long Xuyên. Nghiên cứu cho thấy, mức giá mong đợi đối với gạo bình dân có sự chênh lệch so với mức giá thực tế, trong khi mức giá mong đợi đối với gạo hữu cơ cao cấp thì phù hợp với giá bán thực tế trên thị trường. Kết quả nghiên cứu giúp các nhà kinh doanh gạo hữu cơ xem xét khả năng chấp nhận của người tiêu dùng đối với gạo hữu cơ và tăng tính cạnh tranh của loại gạo này với các loại gạo thông thường trên thị trường trong và ngoài nước.

Từ khoá: Gạo hữu cơ, mức giá mong đợi, người dân, TP. Long Xuyên

RESEARCH ON CONSUMER EXPECTED PRICES FOR ORGANIC RICE IN LONG XUYEN CITY

Cao Minh Toan, Tran Thi Tuyen Nhi

This study analyzes the price level that people in Long Xuyen city (An Giang province) expects for 2 types of organic rice: affordable and premium through the technique of determining the expected price and data from 250 consumers in Long Xuyen city. The research results show that the expected price for affordable rice is different from the actual price, while the expected price for premium organic rice is consistent with the actual selling price in the market. The research results help organic rice traders to consider the acceptability of consumers for organic rice and increase the competitiveness of this rice with conventional rice in domestic and foreign markets.

Keywords: Organic rice, expected price, people, Long Xuyen city

Ngày nhận bài: 1/3/2022

Ngày hoàn thiện biên tập: 18/3/2022

Ngày duyệt đăng: 25/3/2022

Gạo là một trong những thực phẩm quan trọng giữ vai trò chủ đạo trong bữa ăn chính thống của người Việt. Khi tiêu chuẩn sống của người dân ngày càng được nâng cao, cũng là lúc càng có nhiều người quan tâm hơn đến vấn đề sức khoẻ, dinh dưỡng nên gạo sạch, gạo hữu cơ là một trong những xu hướng được người dân đặc biệt quan tâm trong thời gian tới.

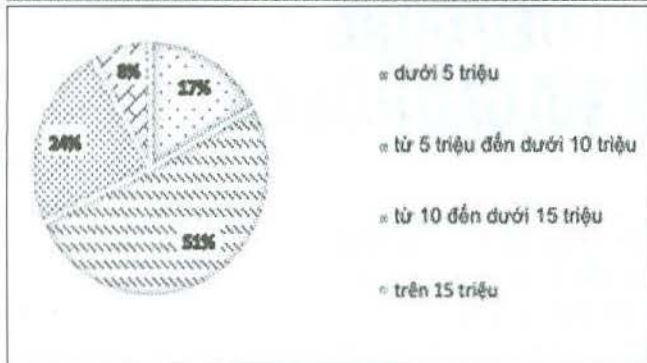
Thực tế cho thấy, vẫn còn nhiều quan ngại trong nhận thức về giá cả cũng như chất lượng của gạo hữu cơ. Nghiên cứu này phân tích mức giá mong đợi, sẵn lòng chi trả của người tiêu dùng TP. Long Xuyên về các sản phẩm gạo hữu cơ, qua đó giúp các doanh nghiệp kinh doanh gạo hữu cơ có được chiến lược giá thích hợp đáp ứng nhu cầu ngày càng cao của người tiêu dùng trong nước.

Phương pháp nghiên cứu

Để xác định mức giá sẵn lòng chi trả của người tiêu dùng về gạo hữu cơ, nghiên cứu còn sử dụng phương pháp mức giá mong đợi thông qua 4 điểm IPP (Indifference Pricing Point); OPP (Optimum Pricing Point); PMC (Point of Marginal Cheapness); và PME (Point of Marginal Expensiveness). Trong đó, giao điểm của 2 đường phân phối cộng dồn "đắt" và "rẻ" được ký hiệu là IPP, ở giao điểm này được xem là mức giá không khác biệt. Tương tự, điểm OPP là giao điểm của 2 đường phân phối cộng dồn "quá đắt" và "quá rẻ", tại mức giá này là mức giá tối ưu nhất mà khách hàng sẵn lòng chi trả. Điểm PMC được xem là mức giá thấp nhất, hay mức giá cận dưới, đây là giao điểm của 2 đường "quá rẻ" và "không rẻ". Điểm PME là giao điểm của 2 đường "quá đắt" và "không đắt". Điểm này được xem là mức giá cao nhất, mức giá cận trên. Khoảng cách từ điểm PMC đến PME là khoảng giá khách hàng chấp nhận (Luu Thanh Đức Hải, 2007).

Dữ liệu thứ cấp được thu thập thông qua internet và các nguồn có liên quan đến lĩnh vực nghiên cứu. Riêng dữ liệu sơ cấp được thu thập thông qua phỏng vấn trực tiếp 260 người tiêu dùng từng sử dụng gạo hữu cơ tại TP. Long Xuyên. Phiếu phỏng vấn sau khi được xử lý và làm sạch, còn lại 250 phiếu hợp lệ được

HÌNH 1: CƠ CẤU THU NHẬP CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG ĐƯỢC KHẢO SÁT



Nguồn: Kết quả khảo sát

giữ lại trong nghiên cứu, chiếm 96,2%.

Kết quả nghiên cứu

Đặc điểm mẫu nghiên cứu

Từ kết quả khảo sát trực tiếp 250 người tiêu dùng trên địa bàn TP. Long Xuyên cho thấy, phần lớn đáp viên là nữ (chiếm 76%), cao hơn đáp viên nam rất nhiều (24%). Điều này cho thấy, công việc nội trợ trong gia đình nói chung và việc lựa chọn gạo nói riêng chủ yếu là nữ giới.

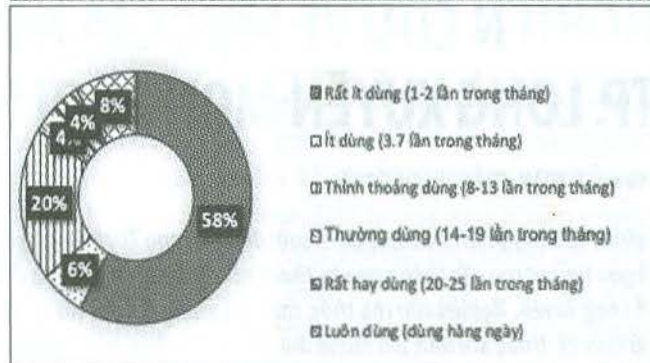
Liên quan đến độ tuổi của người tiêu dùng đi mua gạo hữu cơ, kết quả khảo sát cho thấy người tham gia trả lời phỏng vấn chiếm tỷ trọng cao nhất thuộc về nhóm tuổi từ 18 đến 34. Nhóm thứ 2 thuộc nhóm tuổi từ 35 đến 50, chiếm tỷ lệ 26%. Hai nhóm tuổi có tỷ lệ thấp là nhóm dưới 18 tuổi và nhóm trên 51 tuổi, lần lượt là 2% và 6%. Kết quả trên có thể cho thấy, tầng lớp thanh niên ngày càng quan tâm nhiều đến việc mua sắm và chi tiêu trong gia đình.

Hình 1 thể hiện mức thu nhập của người tiêu dùng TP. Long Xuyên, trong đó có đến 51% số người được phỏng vấn có thu nhập từ 5 triệu đến dưới 10 triệu đồng. Đây là mức thu nhập ở mức trên trung bình so với mức sống tại TP. Long Xuyên. Đứng vị trí thứ 2 là mức thu nhập từ 10 đến dưới 15 triệu đồng, chiếm 24%. Nhìn chung, với các mức thu nhập này, người tiêu dùng TP. Long Xuyên hoàn toàn có thể hướng đến việc tiêu dùng các sản phẩm có giá cao, trong đó có gạo hữu cơ.

Hành vi tiêu dùng gạo hữu cơ của người tiêu dùng TP. Long Xuyên

Kết quả khảo sát mức độ tiêu dùng gạo hữu cơ của người tiêu dùng TP. Long Xuyên được thể hiện ở Hình 2. Có thể thấy rằng, mức độ tiêu dùng gạo hữu cơ của người tiêu dùng tương đối thấp, khoảng 58% người tiêu dùng được phỏng vấn chỉ dùng gạo hữu cơ từ 1 đến 2 lần trong tháng. Mặc dù vậy, không ít người tiêu

HÌNH 2: MỨC ĐỘ SỬ DỤNG GẠO HỮU CƠ CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG ĐƯỢC KHẢO SÁT

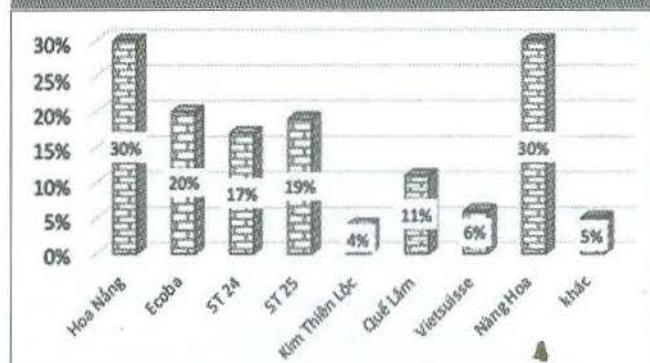


Nguồn: Kết quả khảo sát

dùng sử dụng gạo hữu cơ từ 8 đến 13 lần trong tháng, chiếm tỷ lệ 20%. Trong khi đó mức độ tiêu dùng từ thường xuyên (14 đến 19 lần trong tháng) đến rất hay dùng (20 đến 25 lần trong tháng) chiếm tỷ lệ lần lượt là 4%. Đặc biệt, có đến 8% người tiêu dùng chuyển qua sử dụng gạo hữu cơ mỗi ngày. Tỷ lệ này mặc dù không cao nhưng cho thấy được xu hướng tiềm năng về gạo hữu cơ sẽ được người tiêu dùng ưa thích trong tương lai.

Kết quả nghiên cứu cũng chỉ ra địa điểm người dân tiếp cận nguồn gạo hữu cơ. Có đến 51% người tiêu dùng lựa chọn gạo hữu cơ ở các cửa hàng và siêu thị. Một nguồn tiếp cận gạo cũng chiếm tỷ lệ không thấp (42%) là nhận được gạo từ người thân quen biếu tặng. Đây cũng là yếu tố để các đơn vị kinh doanh gạo hữu cơ xem xét và tiếp thị vào kênh phân phối theo dạng này. Đứng vị trí thứ ba trong nguồn tiếp cận gạo là mua từ những người thân quen kinh doanh gạo trước đó, chiếm 14%. Trong khi đó, mua online hoặc mua trực tiếp từ người nông dân trồng lúa hữu cơ chiếm tỷ lệ rất thấp, lần lượt là 3% và 4%. Như vậy, có thể thấy gạo hữu cơ được lựa chọn chủ yếu dựa vào nhận thức và niềm tin của người tiêu dùng, họ thường lựa chọn ở những nơi có uy tín, hiểu được nguồn gốc và xuất xứ, còn đối với việc mua sắm gạo hữu cơ online thì người tiêu dùng còn cân nhắc nhiều hơn khi lựa chọn.

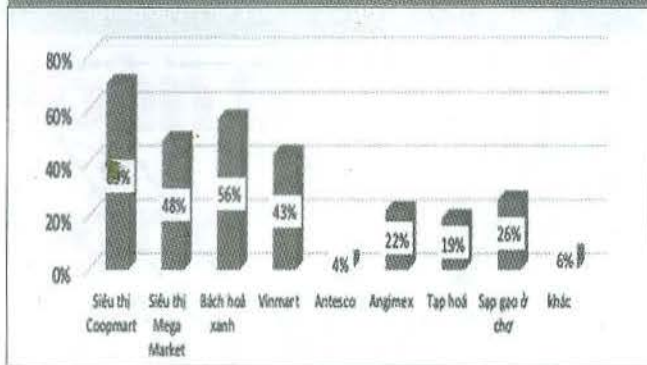
HÌNH 3: CÁC THƯƠNG HIỆU GẠO NGƯỜI TIÊU DÙNG LỰA CHỌN



Nguồn: Kết quả khảo sát



HÌNH 4: NGUỒN TIẾP CẬN GẠO HỮU CƠ CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG



Nguồn: Kết quả khảo sát

Hình 3 thể hiện các thương hiệu gạo hữu cơ người tiêu dùng thường lựa chọn. Mặc dù có rất nhiều thương hiệu gạo hữu cơ được bày bán trên thị trường, nhưng kết quả cho thấy, gạo Hoa Nắng và gạo Nàng Hoa là hai thương hiệu gạo được người tiêu dùng lựa chọn nhiều nhất, đều chiếm tỷ lệ là 30% trong lựa chọn của đáp viên. Vị trí thứ 2 và thứ 3 là thương hiệu gạo hữu cơ Ecoba (chiếm 20%) và gạo ST 25 (chiếm 19%).

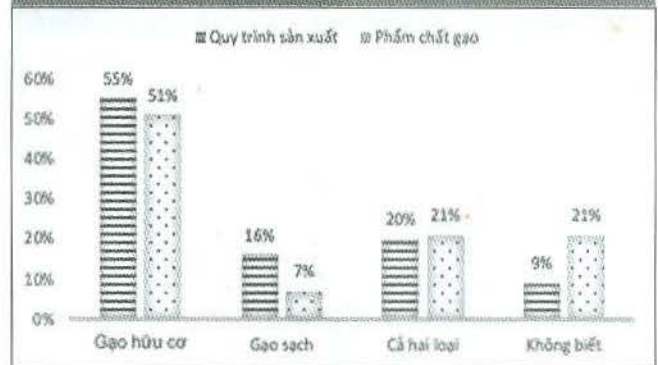
Ngoài ra, kết quả nghiên cứu cũng chỉ ra đa phần người tiêu dùng nhận thức nguồn tiếp cận gạo hữu cơ thông qua siêu thị. Trong các siêu thị tại TP. Long Xuyên thì siêu thị Coopmart là siêu thị được nhiều người tiêu dùng nhận thức nhất, chiếm 69%, kể đến là siêu thị Bách hoá xanh (56%). Tuy nhiên, các siêu thị địa phương lại không được người tiêu dùng nhận thức cao như các siêu thị lớn, chẳng hạn như siêu thị của Angimex chỉ chiếm 22%, trong khi cửa hàng Antseco chỉ có 4% người tiêu dùng nhận thức. Ngoài các nguồn từ cửa hàng, siêu thị, người dân còn nhận thức được gạo hữu cơ bày bán ở các cửa hàng tạp hoá (19%) và các sạp gạo trong các chợ truyền thống (26%).

Nhận thức của người tiêu dùng về gạo hữu cơ

Theo Organica.vn thì gạo hữu cơ là gạo được chuẩn hóa và chuyên biệt hoàn toàn về quy trình trồng trọt và chăm sóc từ đất đai, nguồn nước, phân bón, thậm chí cả quá trình thu hoạch; Không sử dụng bất kỳ thành phần hoá học nào gồm phân bón, thuốc trừ sâu và nguồn nước sông... Gạo hữu cơ có màu trắng đục, còn lớp cám bên ngoài, giàu giá trị dinh dưỡng, nhiều chất xơ và các vitamin, không chỉ an toàn mà còn mang đến nhiều lợi ích cho sức khỏe... Còn gạo sạch là gạo được thu hoạch từ các ruộng lúa đáp ứng các tiêu chuẩn tiêu biểu như VietGap. Có thể sử dụng phân bón, thuốc trừ sâu trong ngưỡng theo quy định... (Organica.vn, 2020)

Hình 5 thể hiện kết quả khảo sát về nhận thức của người tiêu dùng đối với gạo hữu cơ dựa theo 2 tiêu chí phân biệt: quy trình sản xuất và phẩm chất hạt gạo.

HÌNH 5: PHÂN BIỆT GẠO HỮU CƠ VÀ GẠO SẠCH

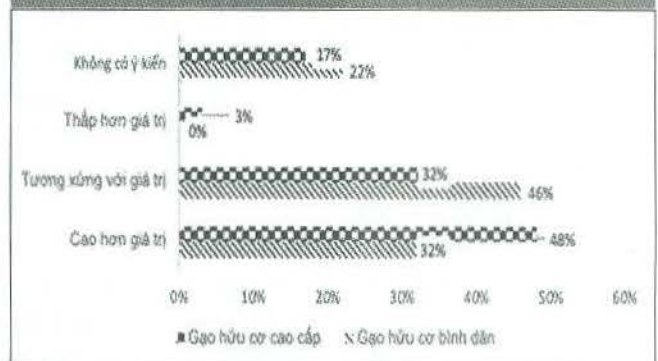


Nguồn: Kết quả khảo sát

Kết quả cho thấy, có đến 55% người tiêu dùng nhận thức được quy trình sản xuất gạo hữu cơ và phân biệt được với quy trình sản xuất gạo sạch, trong khi đó cũng có không ít người tiêu dùng nhận định sai (16%) hoặc nhận định nhầm lẫn cả hai phương thức sản xuất là giống nhau (20%). Tương tự, về phẩm chất gạo, cũng có trên 50% người tiêu dùng phân biệt được phẩm chất hạt gạo hữu cơ so với với gạo sạch, tỷ lệ nhận thức nhầm lẫn cả hai loại là như nhau cũng gần bằng với nhận thức về quy trình sản xuất (chiếm 21%). Tuy nhiên, tỷ lệ người tiêu dùng không có thông tin về phẩm chất của cả 2 loại gạo hữu cơ và gạo sạch chiếm tỷ lệ cao hơn (21%) so với tỷ lệ không nhận biết về quy trình sản xuất (9%).

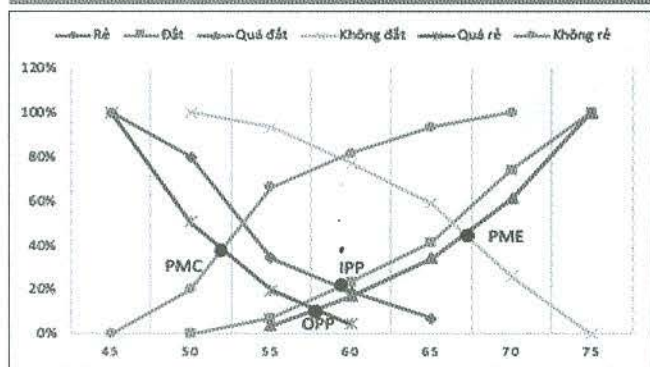
Kết quả khảo sát cũng chỉ ra nhận xét của người tiêu dùng về giá trị và giá cả của 2 loại gạo hữu cơ: gạo hữu cơ bình dân và gạo hữu cơ cao cấp. Gạo hữu cơ bình dân có giá bán dao động từ 55.000 đồng đến 65.000 đồng/kg, trong khi gạo hữu cơ cao cấp có giá bán dao động từ 110.000 đồng đến 120.000 đồng/kg. Hình 6 cho thấy, có 48% người tiêu dùng cho rằng giá bán hiện tại của gạo hữu cơ cao cấp là cao hơn giá trị của hạt gạo có được, trong khi đối với gạo hữu cơ bình dân chỉ có 32% đáp viên đánh giá giá bán cao hơn giá trị. Ngược lại, có đến 46% người tiêu dùng cho rằng, giá bán gạo hữu cơ bình dân trên thị

HÌNH 6: NHẬN THỨC CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG VỀ GIÁ TRỊ HẠT GẠO



Nguồn: Kết quả phỏng vấn trực tiếp 250 người dân

HÌNH 7: MỨC GIÁ MONG ĐỢI CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG ĐỐI VỚI 1KG GẠO HỮU CƠ THÔNG THƯỜNG (1000 ĐỒNG)



Nguồn: Kết quả phỏng vấn trực tiếp 250 người dân

trường là tương xứng với giá trị của hạt gạo, riêng đối với gạo cao cấp tỷ lệ đánh giá giá trị tương xứng có phần thấp hơn so với gạo hữu cơ bình dân (32%). Tuy nhiên, có đến 3% người tiêu dùng vẫn cảm thấy giá bán gạo hữu cơ cao cấp như vậy vẫn còn thấp hơn so với giá trị của hạt gạo. Điều này có thể có liên quan đến nhận thức về lợi ích mà người tiêu dùng nhận được từ gạo hữu cơ.

Mức giá mong đợi của người tiêu dùng về gạo hữu cơ

Nghiên cứu này chọn ra 2 loại gạo hữu cơ bình dân và gạo hữu cơ cao cấp được người tiêu dùng chọn mua để phân tích mức giá mong đợi và khoảng biến thiên về giá thấp nhất và giá cao nhất.

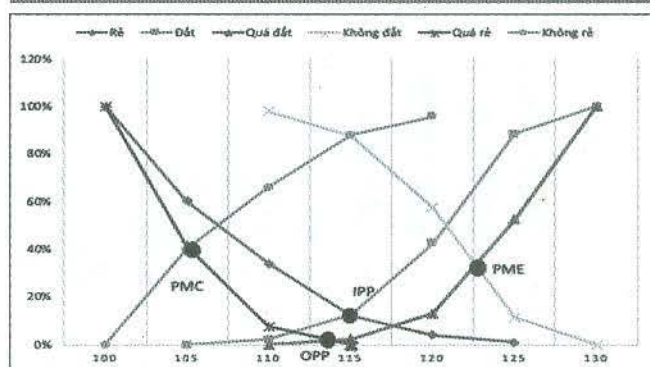
Gạo hữu cơ bình dân:

Hình 10 chỉ ra rằng điểm PMC là giao điểm giữa hai đường phân phối cộng dồn “quá rẻ” và “không rẻ”, đây là điểm cận dưới, tức mức giá thấp nhất mà người tiêu dùng có thể chấp nhận. Điểm PME là giao điểm của hai đường phân phối cộng dồn “không đắt” và “quá đắt”, đây là điểm cận trên, tức mức giá cao nhất mà người tiêu dùng có thể chấp nhận. Khoảng cách giữa điểm PMC và PME là khoảng biến động giá thích hợp mà người tiêu dùng sẵn lòng chấp nhận để chi trả, đây cũng là khoảng biến động giữa giá cao nhất và giá thấp nhất. Khoảng cách PMC và PME trong hình là 52.000 – 67.000 đồng/kg. Trong đó, giá trung bình thích hợp nằm ở mức lân cận của điểm OPP và IPP là 57.800 – 59.000 đồng/kg, đây chính là mức giá mong đợi mà người tiêu dùng sẵn lòng mua 1 kg gạo. Mức giá này thấp hơn mức giá trung bình của các loại gạo hữu cơ bình dân hiện đang bán trên thị trường (60.000 đồng/kg).

Gạo hữu cơ cao cấp:

Mức giá mong đợi của người tiêu dùng đối với 1 kg gạo hữu cơ cao cấp được thể hiện ở hình 8. Giá bán thực tế trung bình của 1 kg gạo hữu cơ loại cao cấp là 115.000 đồng, trong khi mức giá mong đợi của người

HÌNH 8: MỨC GIÁ MONG ĐỢI CỦA NGƯỜI TIÊU DÙNG ĐỐI VỚI 1KG GẠO HỮU CƠ CAO CẤP (1000 ĐỒNG)



Nguồn: Kết quả phỏng vấn trực tiếp 250 người dân

tiêu dùng đối với 1 kg gạo hữu cơ cao cấp dao động từ 114.000 – 115.000 đồng/kg. Điều này cho thấy, mức giá mong đợi của người tiêu dùng đối với gạo hữu cơ cao cấp ở mức thấp hơn (không đáng kể) so mức giá thực tế tại thời điểm nghiên cứu từ 500 đến 1000 đồng/kg. Khoảng biến động giá thấp nhất và cao nhất của gạo hữu cơ cao cấp là từ 105.000 – 122.600 đồng/kg. Đây cũng là khoảng biến thiên mà người tiêu dùng sẵn lòng chi trả cho giá trị của 1 kg gạo hữu cơ cao cấp.

Kết luận

Qua nghiên cứu cho thấy, người dân đa số hài lòng với mức giá của gạo hữu cơ cao cấp, trong khi gạo hữu cơ bình dân chưa thực sự đáp ứng nhu cầu về giá, điều này cũng nói lên mức giá mong đợi của người tiêu dùng gắn liền với chất lượng và phẩm cấp của hạt gạo. Từ đó cho thấy, việc kinh doanh gạo hữu cơ cần phải có những nghiên cứu thực tiễn về mức giá mong đợi cho từng loại gạo nhằm đáp ứng tốt nhu cầu ngày càng cao của người tiêu dùng cũng như tăng sức cạnh tranh của các loại gạo hữu cơ trong thị trường trong và ngoài nước.

Tài liệu tham khảo:

1. Lưu Thanh Đức Hải (2007), *Marketing ứng dụng*. NXB Thống kê. Hà Nội;
2. Organica.vn (2020), *Gạo hữu cơ là gì? Gạo hữu cơ khác gì với gạo thông thường?* <https://www.organica.vn/>;
3. Tố Uyên (2018), *Số liệu thống kê thực phẩm bán trên thị trường hiện nay*. <https://atvstp.org.vn/>;
4. Trịnh Phước Nguyên, Nguyễn Thị Diễm Hằng và Nguyễn Văn Kiên (2020), *Các yếu tố ảnh hưởng đến ý định sử dụng gạo hữu cơ của người tiêu dùng Đồng Bằng Sông Cửu Long*, *Tạp chí Kinh tế và Quản trị kinh doanh*, Trường Đại học Thái Nguyên số 12, trang 2-8.

Thông tin tác giả:

Cao Minh Toàn, Trần Thị Tuyết Nhi
 Trường Đại học An Giang - Đại học Quốc gia TP. Hồ Chí Minh
 Email: cmttoan@agu.edu.vn