

PHÂN TÍCH CHUỖI GIÁ TRỊ QUA CÁC KÊNH TIÊU THỤ SẢN PHẨM SON TRA TẠI YÊN BÁI

Hà Thị Hòa*, Hồ Ngọc Sơn

Trường Đại học Nông Lâm – ĐH Thái Nguyên

TÓM TẮT

Son Tra là cây trồng bản địa có nhiều tiềm năng phát triển tại tỉnh Yên Bái. Nghiên cứu phân tích chuỗi giá trị qua các kênh tiêu thụ sản phẩm Son tra trên địa bàn tỉnh Yên Bái đã xác định chuỗi có 6 tác nhân bao gồm (1) người trồng, thu hái tự nhiên, (2) người thu gom cấp 1, cấp 2; (3) người bán buôn, (4) người bán buôn và bán lẻ (đại lý), (5) người sơ chế, chế biến, và (6) người tiêu dùng. Tại Yên Bái, người sản xuất Son tra cung cấp sản phẩm đến người tiêu dùng qua 3 kênh chính. Kênh 1 gồm 2 trung gian trên thị trường. Kênh 2 có thêm một trung gian là người thu gom. Kênh 3 người sản xuất Son tra bán trực tiếp Son tra tươi cho cơ sở chế biến, các sản phẩm sau đó được các đại lý bán buôn, bán lẻ mua của doanh nghiệp rồi bán lại cho người tiêu dùng. Nghiên cứu cũng đã đề xuất 4 nhóm giải pháp nâng cao hiệu quả kinh tế và phát triển bền vững cây Son tra trên địa bàn nghiên cứu.

Từ khóa: Chuỗi giá trị, Son tra, Yên Bái, kênh tiêu thụ, sản phẩm

ĐẶT VẤN ĐỀ

Son tra hay còn gọi là Táo mèo (*Docynia indica*) là cây trồng bản địa có nhiều giá trị về kinh tế, xã hội và môi trường tại một số tỉnh Tây Bắc trong đó có Yên Bái. Son tra là cây trồng quan trọng của hệ thống nông lâm kết hợp có tiềm năng lớn để phát triển [3]. Sản phẩm quả tươi Son Tra có thể sản xuất được nhiều sản phẩm khác nhau dùng trong Đông y. Theo Y học cổ truyền, Son tra có vị chua ngọt thuộc nhóm tiêu thực hóa tích có tác dụng kháng khuẩn, cường tim, hạ áp, bảo vệ tế bào gan, tăng cường công năng miễn dịch, trấn tĩnh an thần, phòng ngừa béo phì, viêm cầu thận cấp và mãn tính, hậu sản, ứ trệ, giảm kích thích ruột [1]. Mặc dù có tiềm năng lớn song việc sản xuất kinh doanh loại cây trồng này còn manh mún, nhỏ lẻ, hiệu quả thấp do những khó khăn về vốn, kỹ thuật, nhân lực và sự liên kết giữa các tác nhân trong quá trình sản xuất cũng như chế biến, tiêu thụ sản phẩm [2]. Sự tham gia, mối liên kết giữa các tác nhân trong chuỗi quyết định đến hiệu quả và giá trị của chuỗi giá trị Son Tra. Việc phân tích chuỗi giá trị thông qua các kênh và tác nhân khác nhau sẽ xác định được những hạn chế, nút thắt trong sự tham gia của các tác

nhân, từ đó đề xuất được các giải pháp nâng cấp chuỗi. Hiện nay các thông tin về chuỗi giá trị Son Tra tại Yên Bái còn rất hạn chế, cần thiết phải có những dẫn chứng điều tra hiện trạng chuỗi giá trị sản phẩm Son tra, phân tích chi phí và lợi nhuận của các tác nhân trong chuỗi. Từ đó đề xuất giải pháp tăng cường liên kết giữa các tác nhân nhằm nâng cấp chuỗi. Xuất phát từ thực tế đó nhóm tác giả thực hiện nghiên cứu “*Phân tích chuỗi giá trị qua các kênh tiêu thụ sản phẩm Son tra tại Yên Bái*”.

PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Phương pháp thu thập thông tin

Thông tin thứ cấp được thu thập từ các nguồn như: các báo cáo tổng kết và hội thảo của các ban ngành, tổ chức và các cơ quan nghiên cứu.

Phương pháp điều tra phỏng vấn

Đề tài sử dụng phương pháp điều tra phỏng vấn các tác nhân tham gia vào chuỗi giá trị Son tra. Đây là phương pháp áp dụng phổ biến trong phân tích chuỗi giá trị [2],[3].

Bộ câu hỏi phỏng vấn được phân chia theo các tác nhân: các hộ dân tham gia trồng, chăm sóc, thu hái cây Son tra; người thu gom; người bán buôn; nhà chế biến; người bán lẻ; người tiêu dùng. Ngoài ra, còn kết hợp phỏng vấn bán cấu trúc.

* Tel: 0967 105 284; Email: hoa.ha@adc.org.vn

Phương pháp chọn mẫu điều tra

Để xác định dung lượng mẫu (số hộ điều tra) đề tài sử dụng công thức của Yamane (1967): $n = N / (1 + N(e)^2)$ [4].

n: Số lượng mẫu cần xác định cho điều tra

N: Tổng số mẫu

e: Mức độ chính xác mong muốn

Trong nghiên cứu này, tổng số mẫu của 4 xã nghiên cứu và đối tượng khác tại Yên Bái là khoảng 20.000, ta cho phép nghiên cứu sai số 5% và độ tin cậy là 95%, như vậy ta có: $n = 20000 / (1 + 20000(0,03)^2)$ và để đảm bảo độ tin cậy thì dung lượng mẫu điều tra là khoảng 400. Tuy nhiên đề tài chọn điều tra 600 hộ để đảm bảo độ tin cậy lớn nhất (500 là hộ dân và 100 đối tượng khác). Với tác nhân hộ trồng, chăm sóc, thu hoạch: chọn 2 xã thuộc huyện Mù Cang Chải (Đề Xu Phình, Phúng Luông) và 2 xã ở huyện Trạm Tấu (Bản Công, Xà Hồ) là nơi có nhiều Sơn tra nhất để tiến hành điều tra. Trong mỗi xã chọn ngẫu nhiên ra 2 bản. Trong mỗi bản chọn ra 60 - 70 hộ để tiến hành điều tra. Với tác nhân là người thu gom, người bán buôn, bán lẻ: chọn ngẫu nhiên 20 người/tác nhân. Với tác nhân là người tiêu dùng: chọn ngẫu nhiên 30 người tiêu dùng. Với tác nhân là nhà chế biến: thu thập thông tin qua các cán bộ quản lý, cán bộ kỹ thuật của công ty, cơ sở chế biến trên địa bàn huyện/tỉnh Yên Bái.

Phương pháp phân tích, xử lý số liệu

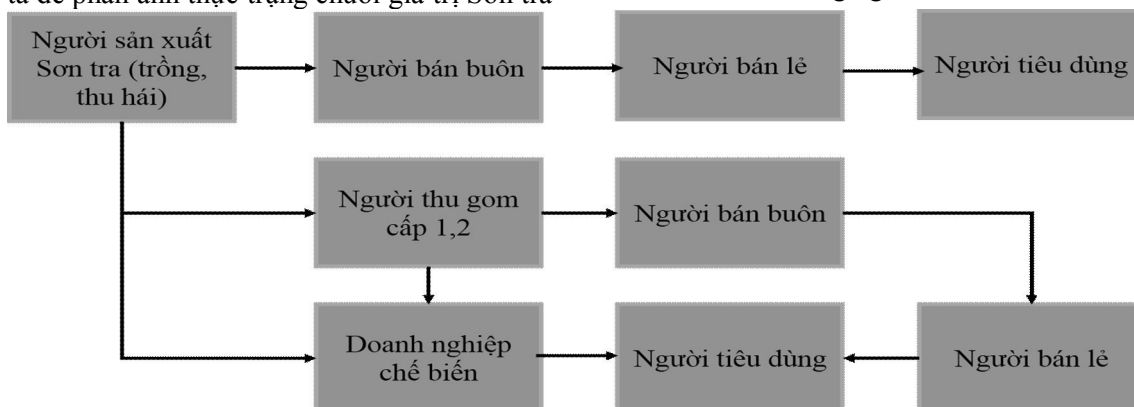
Các công cụ và kỹ thuật tính toán được xử lý trên Excel. Sử dụng phương pháp thống kê mô tả để phản ánh thực trạng chuỗi giá trị Sơn tra

tỉnh Yên Bái thông qua các số tuyệt đối, số tương đối và số bình quân.

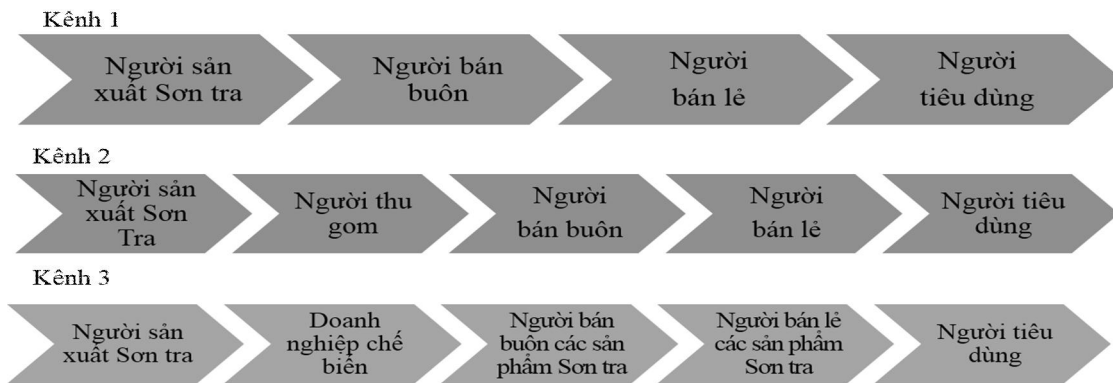
KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

Sơ đồ chuỗi giá trị Sơn tra

Sơ đồ chuỗi giá trị là một bức tranh mô tả các chức năng tham gia chuỗi (đầu vào, sản xuất, thu gom, chế biến, thương mại và tiêu dùng); tác nhân/chủ thể tham gia chuỗi (nhà cung cấp đầu vào, nhà sản xuất, thương lái, nhà chế biến, người bán sỉ, người bán lẻ và người tiêu dùng); các kênh thị trường chuỗi (sản phẩm được cung ứng qua các kênh nào giữa các tác nhân) và các tổ chức hỗ trợ chuỗi. Chuỗi giá trị Sơn tra tại Yên Bái có 6 tác nhân bao gồm (1) người trồng, thu hái tự nhiên, (2) người thu gom cấp 1, cấp 2; (3) người bán buôn, (4) người bán buôn và bán lẻ (đại lý), (5) người sơ chế, chế biến, và (6) người tiêu dùng (Hình 1). Hình 1 cho thấy chuỗi giá trị Sơn tra hình thành dựa trên sự gắn kết giữa các nhóm tác nhân có chức năng sản xuất trực tiếp bao gồm người trồng, người thu gom, doanh nghiệp chế biến, người bán buôn, người bán lẻ. Ngoài ra còn có sự hiện diện của các tác nhân có chức năng hỗ trợ, cung cấp các hàng hóa đầu vào dịch vụ khoa học công nghệ và thông tin thị trường và tổ chức sản xuất như các cơ quan phòng NN&PTNT huyện, Trung tâm Khuyến nông, cơ quan quản lý thị trường, hệ thống ngân hàng nông nghiệp, hệ thống cơ quan quản lý và dịch vụ nông nghiệp, các tổ chức khoa học công nghệ.



Hình 1. Sơ đồ chuỗi giá trị Sơn tra tại Yên Bái



Hình 2. Các kênh tiêu thụ chính trong chuỗi giá trị Sơn tra tại Yên Bái

Các kênh tiêu thụ chính trong chuỗi giá trị Sơn tra

Kênh thị trường chuỗi là cách phân phối sản phẩm ra thị trường, mỗi cách phân phối sẽ qua một hay nhiều tác nhân được gọi là một kênh thị trường một cấp hay nhiều cấp. Phân tích kênh thị trường phải xác định kênh nào là quan trọng nhất và có tiềm năng phát triển trong tương lai. Đối với các sản phẩm từ Sơn tra tại Yên Bái cũng có nhiều kênh khác nhau (Hình 2). Trên lý thuyết kênh thị trường càng ngắn thì càng tiết kiệm được chi phí gia tăng và giá trị lợi nhuận của từng chủ thể càng cao. Tuy nhiên, tại Yên Bái do điều kiện chủ quan và khách quan mà chuỗi giá trị có nhiều kênh khác nhau do vậy giá trị lợi nhuận cho các tác nhân đặc biệt là người trồng và thu gom là khá thấp.

Người trồng Sơn tra (người sản xuất) bán hàng cho người tiêu dùng cuối cùng thông qua hệ thống trung gian. Hệ thống trung gian này được thể hiện qua 3 kênh.

Kênh 1: Gồm 2 người trung gian trên thị trường. Sản phẩm của người sản xuất được bán cho người bán buôn rồi sau đó được bán lại cho người bán lẻ và cuối cùng qua người bán lẻ mới đến tay người tiêu dùng.

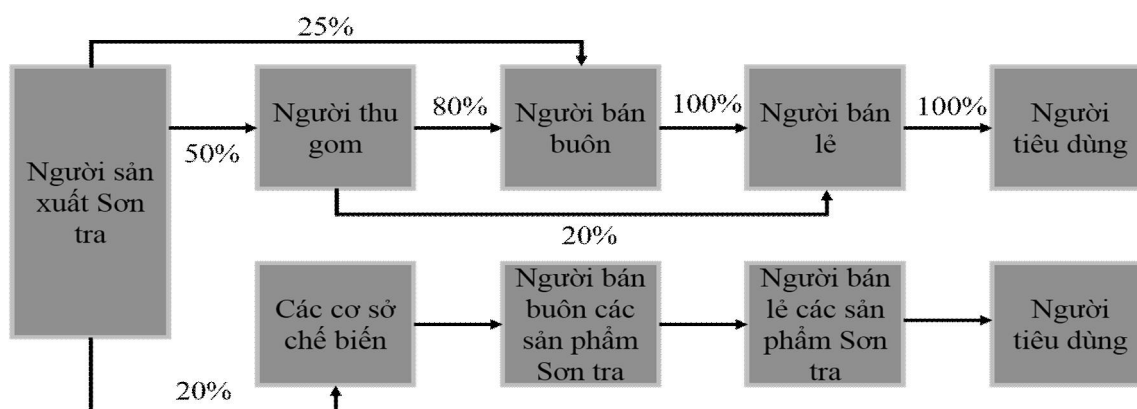
Kênh 2: Người thu gom đóng vai trò thu gom Sơn tra từ người trồng cho người bán buôn sản phẩm qua đại lý bán buôn, sau đó được

bán cho người bán lẻ hoặc đầu mối lớn tại chợ sau đó mới đến tay người tiêu dùng.

Kênh 3: Ở kênh này thì người sản xuất Sơn tra bán trực tiếp Sơn tra tươi cho cơ sở chế biến không qua các tác nhân trung gian, các sản phẩm Sơn tra đã qua chế biến (rượu Sơn tra, dấm, Sơn tra khô) được các đại lý bán buôn, bán lẻ mua của doanh nghiệp rồi bán lại cho người tiêu dùng hoặc người tiêu dùng mua trực tiếp từ doanh nghiệp, các cơ sở chế biến.

Trong chuỗi giá trị Sơn tra thể hiện rõ mối liên kết của các tác nhân chính trong chuỗi, từ khâu thu hoạch đến khâu trung gian và cuối cùng là đến với người tiêu dùng (Hình 3). Hầu hết quả Sơn tra được thu hoạch tại vườn thông qua mua bán với người thu gom (chiếm 55%) và người bán buôn (chiếm 25%) rồi vận chuyển xuống thị trấn Mù Cang Chải và Trạm Tấu bằng xe máy và xe tải loại nhỏ. Theo điều tra thì giá của Sơn Tra bán tại vườn từ 10.000-15.000đ/kg và đến tay người tiêu dùng là gần 30.000đ/kg.

Riêng với cơ sở chế biến thì mua Sơn tra tươi trực tiếp từ người trồng Sơn tra (chiếm 20% sản lượng Sơn tra tươi) với giá cả thỏa thuận theo giá thị trường, thường thì Sơn tra tươi sẽ được mua với giá là 10.000 - 12.000 đồng/kg. Các sản phẩm chế biến từ Sơn tra tươi sẽ được cơ sở bán ra thị trường qua các đại lý bán buôn, bán lẻ các sản phẩm chế biến từ Sơn tra và bán ra cho người tiêu dùng cuối cùng.



Hình 3. Sơ đồ các tác nhân trong chuỗi giá trị Sơn tra Yên Bái

Chi phí và lợi nhuận của các tác nhân

Bảng 2. Ước tính chi phí và lợi nhuận của các tác nhân trong chuỗi Sơn tra tại Yên Bái

| STT | Tác nhân/ Sản phẩm | Chi phí | | Giá bán (vnd/kg) | Lợi nhuận (vnd/kg) | Ghi chú |
|-----|---|---|----------------------|---------------------|-----------------------|--|
| | | Loại chi phí | Tổng chi (vnd/kg) | | | |
| 1 | Người trồng, thu hái | Công lao động, vận chuyển | 1000 | 6.000- 15.000 | 5.000- 14.000 | Tùy thuộc vào thời vụ |
| 2 | Người thu gom | Hao hụt do quả hỏng, đầu tư mua quả tươi, vận chuyển | 7.000- 16.000 | 9.000- 18.000 | 2.000 | Tùy thuộc vào thời vụ |
| 3 | Bán buôn | Phí quản lý, bảo quản, đầu tư mua quả tươi từ người thu gom, chi phí quả hỏng | 11.000- 19.000 | 13.000- 22.000 | 2.000- 3.000 | Giá bán buôn sẽ tăng thêm 3-4 nghìn so với giá thu mua |
| 4 | Bán lẻ | Công lao động, cửa hàng quả hỏng | 16.000- 25.000 | 19.000- 28.000 | 3.000 | Giá bán lẻ tăng 3-5 nghìn so với giá mua từ nhà buôn |
| 5 | Sản phẩm chế biến | | | | | |
| 5.1 | Rượu Sơn tra (bình 5 lít) | Mua táo, rượu, vỏ can, công lao động | 60.000 | 75.000 | 15.000 | Lợi nhuận/1kg Sơn tra tươi |
| 5.2 | Sơn tra ngâm đường (bình 5 lít) | Mua Sơn tra tươi, đường, vỏ can, công lao động | 30.000 | 50.000 | 20.000 | Lợi nhuận/1kg Sơn tra tươi |
| 5.3 | Dấm Sơn tra (bình 5 lít) | Mua Sơn tra tươi, vỏ can, công lao động | 37.000 | 50.000 | 13.000 | Lợi nhuận/1kg Sơn tra tươi |
| 5.4 | Sơn tra khô (gói 1 kg) | Chi phí mua Sơn tra tươi | 10.000- 12.000 | 16.000 | 4.000- 6.000 | Lợi nhuận/1kg Sơn tra tươi |
| 5.5 | Rượu đóng chai Thủy Nguyên (chai 0,5 lít) | Mua Sơn tra tươi, đường, công lao động, máy móc, công nghệ | 30.000 | 50.000 - 40.000 | 10.000- 20.000 | Giá bán tùy thuộc vào bán buôn hay lẻ |

(Số liệu điều tra, 2016)

Trong chuỗi giá trị, nông dân trồng Sơn tra liên quan đến hai nhóm tác nhân chủ yếu, một là nhóm tác nhân cung cấp các yếu tố đầu vào

cho sản xuất, và hai là nhóm tác nhân tiêu thụ sản phẩm Sơn tra của người dân. Nhóm tác nhân cung cấp đầu vào chủ yếu là thị trường

lao động tự do, cung cấp nhân lực trồng, và thu hái Sơn tra. Các đại lý cung cấp vật tư nông nghiệp địa phương chính là nơi cung cấp phân bón, thuốc bảo vệ thực vật và các công cụ sản xuất khác cho nông dân. Các cơ quan nông nghiệp cung cấp các kiến thức công nghệ và kỹ thuật, chủ yếu thông qua các khóa tập huấn kỹ thuật, tài liệu kỹ thuật và hoạt động thực tiễn của nhân viên nông nghiệp. Ngân hàng Nông nghiệp chịu trách nhiệm cung ứng vốn cho nông dân trồng Sơn tra. Các tác nhân tiêu thụ Sơn tra của nông dân là hệ thống thu gom và thương lái địa phương, bao gồm người thu gom tại xã, người bán buôn ở cùng huyện và các đại lý bán buôn hoặc cơ sở chế biến Sơn tra khác. Lợi nhuận trên mỗi kg Sơn tra phụ thuộc vào số lượng họ thu hái hay buôn bán. Cụ thể nếu họ thu mua nhiều thì lợi nhuận sẽ cao. Nhìn chung lợi nhuận cho các tác nhân từ trồng đến bán lẻ khá cân bằng (Bảng 2). Thông thường người thu gom, bán buôn có thể đạt 20-30 tấn/vụ. Đối với các cơ sở chế biến thì đạt được lợi ích kinh tế cao nhất, nhưng cũng không thể so sánh với các tác nhân còn lại được vì đây là tác nhân đặc thù, tức là nguyên liệu mua vào là quả tươi, nhưng sản phẩm bán ra lại là các mặt hàng đã chế biến từ Sơn tra và được bán ở mức giá cao. Nhìn chung mặc dù giá bán đến người tiêu dùng khá cao so với giá thu gom nhưng do có nhiều tác nhân tham gia vào chuỗi cho nên lợi nhuận của mỗi tác nhân không cao.

KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

Kết luận

Chuỗi giá trị Sơn tra tại Yên Bái có 6 tác nhân bao gồm (1) người trồng, thu hái tự nhiên, (2) người thu gom cấp 1, cấp 2; (3) người bán buôn, (4) người bán buôn và bán lẻ (đại lý), (5) người sơ chế, chế biến, và (6) người tiêu

dùng. Tại Yên Bái, người sản xuất Sơn tra cung cấp sản phẩm đến người tiêu dùng qua 3 kênh chính. Kênh 1 gồm 2 người trung gian trên thị trường. Kênh 2 người thu gom gom Sơn tra từ người trồng cho đại lý bán buôn, sau đó được bán cho người bán lẻ hoặc đầu mối lớn tại chợ sau đó mới đến tay người tiêu dùng. Kênh 3 người sản xuất Sơn tra bán trực tiếp Sơn tra tươi cho cơ sở chế biến, các sản phẩm rượu Sơn tra, dấm, Sơn tra khô được các đại lý bán buôn, bán lẻ mua của doanh nghiệp rồi bán lại cho người tiêu dùng, hoặc các sản phẩm này được người tiêu dùng mua trực tiếp từ doanh nghiệp, các cơ sở chế biến. Kênh 3 tạo giá trị chuỗi Sơn tra cao nhất.

Kiến nghị

(1) Nâng cao chất lượng Sơn tra tại các hộ thu hái, sản xuất nhằm bán được giá cao hơn; (2) Tăng cường liên kết giữa các tác nhân theo chiều dọc và chiều ngang nhằm giảm chi phí, nâng cao chất lượng, mở rộng thị trường sản phẩm; (3) Tăng cường liên kết với doanh nghiệp để sản xuất sản phẩm có giá trị cao như nước ép, trà túi lọc, mứt; (4) Xây dựng thương hiệu, quảng bá sản phẩm Sơn tra đến với khách hàng qua các sự kiện lễ hội du lịch.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Đỗ Tất Lợi (2004), *Những cây thuốc và vị thuốc Việt Nam*, Nxb Y học, tr. 355-357.
2. Đinh Xuân Trường (2014), *Phân tích chuỗi giá trị thị trường các sản phẩm từ cây Sơn tra tại tỉnh Sơn La*, Luận văn Thạc sỹ Phát triển nông thôn, Trường Đại học Nông lâm Thái Nguyên.
3. Hoang Thi Lua, Ann Degrande, Delia Catacutan, Nguyen Thi Hoa, Vien Kim Cuong (2012), "Sơn tra (*Docynia indica*) value change and market analysis", *AFLI Technical Report No.9*. ICRAF.
4. Yamane, Taro. (1967), *Statistics, An Introductory Analysis*, 2nd Ed, New York: Harper and Row, p. 258.

SUMMARY

**VALUES CHAIN ANALYSIS THROUGH CONSUMPTION CHANNELS
OF SON TRA IN YEN BAI PROVINCE****Ha Thi Hoa^{*}, Ho Ngoc Son***University of Agriculture and Forestry - TNU*

Son Tra is an indigenous plant having a great potential development in Yen Bai province. The analysis of the value chain through consumption channels of Son Tra products in Yen Bai province identified six actors, including (1) growers and natural harvesters, (2) collectors level 1 and 2; (3) wholesalers, (4) wholesalers and retailers (agency), (5) processors, and (6) consumers. In Yen Bai province, Son Tra producers provide products to consumers through 3 main channels. Channel 1 consists of two middlemen in the market. Channel 2 added an intermediary collector compared to channel 1. In Channel 3, Son tra growers directly sell fresh Son tra for processing establishments, and products are then purchased by the wholesale and retail agencies and then sold to the consumers. The study also proposed four solutions to improve economic efficiency and sustainable development of Son Tra in the study area.

Keywords: *Value chain, Son Tra, Yen Bai, consumption channel, products*

Ngày nhận bài: 01/9/2017; Ngày phản biện: 12/10/2017; Ngày duyệt đăng: 16/10/2017

** Tel: 0967 105 284; Email: hoa.ha@adc.org.vn*

SOCIAL SCIENCE – HUMANITIES – ECONOMICS

| Content | Page |
|---|------|
| Ha Xuan Huong - Women's situations in Thai and Tay's folk songs | 3 |
| Ngo Thi Thu Trang - Some measures that need to be implemented to enhance students' ability in terms of using Sino – Vietnamese words | 9 |
| Nguyen Thi Ha, Vu Thi Hong Hoa - Enhancing the proportion of female in people's elected bodies | 15 |
| Nguyen Thu Ha, Nguyen Thi Mai Huong, An Thi Thu, Nguyen Thi Hong - Developing vietnamese accounting standards towards international accounting standards | 21 |
| Nguyen Thi Hoa - Using collection "Vietnam wartime letters" in historical education | 27 |
| Nguyen Thi Xuan Thu, Pham Ngoc Duy - Effects of using semantic mapping on ESP vocabulary retention of the students at University of Technology – Thai Nguyen University | 33 |
| Vu Kieu Hanh, Hoang Thi Cuong - English reading skill of the second-year students at University of Agriculture and Forestry – Thai Nguyen University: basis for enhancement activities | 39 |
| Nguyen Thi Thu Huong - Protection of personal rights for juvenile labor in Vietnam law | 45 |
| Nguyen Thi Tham - The journey to search for happiness of female characters in the short stories <i>Cœur brûlé et autres romances</i> of Le Clézio | 51 |
| Le Thi Luu, Tran Bao Ngoc, Bui Thanh Thuy et al - The bachelor of nursing students' perception of educational environment at University of Medicine and Pharmacy - Thai Nguyen University by DREEM questionnaire | 57 |
| Bui Thi Minh Ha, Nguyen Huu Tho - Awareness of household on climate change and its effectiveness on tea cultivation: a case study in Tan Cuong tea area, Thai Nguyen city | 63 |
| Duong Thanh Tinh, Tran Van Quyet, Nguyen Ngoc Ly, Nguyen Viet Dung - Employment creation potential for ethnic minorities through value chain development of cinnamon products in the northern mountainous region of Vietnam - a case study of Van Yen district, Yen Bai province | 69 |
| Nguyen Thu Nga, Do Thi Tuyet Mai, Nguyen Thi Dieu Hong - Applying Cobb-Douglas linear function to measure the efficiency of Vietnam commercial banks | 75 |
| Phung Thanh Hoa, Bui Thi Thanh Thuy - The impact of market economy on rural Viet Nam at present | 81 |
| Hoang Thi My Hanh, Sombath Kingbounkai - The migration process of Vietnamese to Laos and location in Luangprabang province of Laos | 87 |
| Vi Thi Phuong - Using press to the new construction of building culture in Vietnam, look at the <i>Tao Dan</i> magazine (1939) | 93 |
| Nguyen Thi Minh Loan - A proposed model for question generation instruction in reading comprehension | 99 |
| Nguyen Thi Bich Ngoc - English written proficiency – upper intermediate 2 (EWU241): students' evaluation of the course content and teaching activities at the School of Foreign Languages, Thai Nguyen University | 105 |
| Nguyen Mai Linh, Tran Minh Thanh, Duong Thi Hong An - Portfolio development and group presentation for ESP courses toward postmethod | 111 |
| Tran Thi Kim Hoa - Developing the ability of using Vietnamese for ethnic minority elementary school pupils through vocab exercises | 117 |
| Tran Tu Hoai - The main points of "lecturers development" policy that were taken in University of Education – Thai Nguyen University | 121 |
| Pham Thi Huyen, Vu Thi Thuy - Training the working style manner of cadres following Ho Chi Minh's style | 127 |

| | |
|--|-----|
| Tong Thi Phuong Thao - Protect the rights of women workers during pregnancy, childbirth and child rearing according to Vietnamese labor law | 131 |
| Luong Thi Hanh - The role of ethnic minority women in building new rural areas in Bac Kan province | 137 |
| Nguyen Thi Thanh Ha, Nguyen Thi Thu Hien - Some issues on building new ways of life for Vietnamese students nowadays | 143 |
| Ho Luong Xinh, Nguyen Thi Yen, Nguyen Thi Giang, Luu Thi Thuy Linh, Bui Thi Thanh Tam, Nguyen Manh Thang - Probability of improving farmer household income after agricultural land acquisition at industrial zones in Thai Nguyen province | 149 |
| Dinh Ngoc Lan, Doan Thi Thanh Hien, Duong Tuan Viet - Analyzing factors effect to production and consumption of canna in Nguyen Binh district - Cao Bang province | 155 |
| Do Thi Ha Phuong, Chu Thi Ha, Nguyen Thi Giang, Duong Xuan Lam - Investigating the effects of social capital and information technology on knowledge sharing intention and knowledge sharing behavior among employees in Thai Nguyen University | 161 |
| Nguyen Thi Hien Thuong, Duong Thi Thu Hoai, Cu Ngoc Bac, Kieu Thu Huong, Vu Thi Hai Anh - Research the contribution of cityzens to implement the imfrastructure criteria for new rural program in Phu Luong district, Thai Nguyen province | 169 |
| Vu Bach Diep, Mai Viet Anh - Some solutions for mobilizing capital for small and medium enterprises developing Thai Nguyen city | 175 |
| Nguyen Thi Ngoc Anh, Hoang Huyen Trang - Designing and using learning games in order to increase the effective teaching in oral advanced proficiency for chinese students at School of Foreign Languages, Thai Nguyen University | 181 |
| Tran Thi Yen, Khong Thi Thanh Huyen - Common sentence problems in academic writing committed by Vietnamese students of English: situation, causes and solutions | 187 |
| Ha Thi Thanh Hoa, Chu Thi Kim Ngan, Duong Thi Thuy Huong - The satisfaction of customers on the quality of Vinaphone mobile network service of Thai Nguyen province | 193 |
| Vu Thi Loan, Vu Thi Hau - The role of market stock price as a financial distress predictor: SVM model | 199 |
| Ho Thi Mai Phuong, Hoang Thi Tu, Tran Nguyet Anh - Design and organization of learning games in elementary school mathematical symbols for elementary school children | 205 |
| Dong Thi Hong Ngoc, Nguyen Quynh Hoa, Nguyen Thi Thu Huong, Hoang Thanh Hai, Nguyen Thi Thu Hang - Application of logistic models in rating credit of listed construction enterprices in Vietnam | 211 |
| Ha Thi Hoa, Ho Ngoc Son - Values chain analysis through consumption channels of Son tra in Yen Bai province | 219 |