

Phân tích chuỗi giá trị và tình hình liên kết sản xuất và tiêu thụ chanh không hạt ở tỉnh Hậu Giang

Analysis of value chain and production and consumption linked status of persian lime in Hau Giang Province

Khổng Tiến Dũng^{1*}

¹Trường Đại học Cần Thơ, Việt Nam

*Tác giả liên hệ, Email: ktdung@ctu.edu.vn

THÔNG TIN	TÓM TẮT
DOI: 10.46223/HCMCOUJS. econ.vi.17.4.1971.2022 Ngày nhận: 28/06/2021 Ngày nhận lại: 22/08/2021 Duyệt đăng: 08/09/2021 <i>Từ khóa:</i> chanh không hạt; chuỗi giá trị; Hậu Giang; liên kết ngang <i>Keywords:</i> persian lime; value chain; Hau Giang; horizontal linkage	Nghiên cứu nhằm phân tích Chuỗi Giá Trị (CGT) và tìm hiểu thực trạng liên kết trong sản xuất và tiêu thụ chanh không hạt tại tỉnh Hậu Giang. Bộ số liệu sơ cấp gồm 164 nông hộ trồng chanh và 25 tác nhân khác trong CGT chanh không hạt và sử dụng bộ công cụ phân tích CGT bằng cách tiếp cận liên kết CGT <i>ValueLinks</i> của GTZ (2007) để phân tích. Đóng góp quan trọng của bài viết này là nghiên cứu cho cây lâu năm và gồm tính toán các khoản mục khấu hao và chi phí đầu tư ban đầu. Kết quả nghiên cứu chỉ rõ chuỗi giá trị chanh không hạt không liên kết bao gồm 07 kênh thị trường, 05 chức năng và 09 tác nhân trong chuỗi, trong đó kênh 07 (nông hộ - công ty - tiêu dùng nước ngoài) hiệu quả nhất. Đối với chuỗi giá trị chanh không hạt có liên kết có 04 kênh thị trường với 05 chức năng và 08 tác nhân, với kênh 04 (nông hộ - Hợp tác xã - tiêu dùng nước ngoài) là hiệu quả nhất. Tuy nhiên, số lượng nông hộ tham gia liên kết chưa nhiều. Từ kết quả nghiên cứu này, bài viết đề xuất 05 chiến lược nâng cấp chuỗi và 03 mô hình giúp hoàn thiện CGT chanh không hạt hiệu quả. ABSTRACT This study aimed to analyze the value chain and evaluating the situation of linking between the production and consumption of persian lime in Hau Giang. Primary data was surveyed from 164 households and 25 stakeholders in the value chain and applying the value chain analysis toolkit according to the value chain linkage approach <i>ValueLinks</i> of GTZ (2007) for analysis. The important contribution of this research is the analysis for perennials and an estimate of both depreciation and investment costs. The research results reveal that in a no-linkage value chain, there are 07 market channels, 05 functions and 09 stakeholders, of which channel 07 (farmers - companies - international consumers) is most effective. The linked persian lime value chain includes 04 market channels with 05 functions and 08 stakeholders, of which channel 04 (farmers - cooperatives - international consumers) is the most effective channel. However, the number of farmers participating in the link value chain is small. Based on the analysis results, the study proposes 05 chain upgrading strategies and 03 effective persian lime value chain development models.

1. Giới thiệu

Khu vực Đồng Bằng Sông Cửu Long (ĐBSCL) là vựa trái cây quan trọng nhất Việt Nam với tổng diện tích hơn 300,000ha (khoảng 40% diện tích) cây ăn trái của cả nước, sản lượng khoảng 04 triệu tấn một năm (Thanh Thanh, 2020). Tuy nhiên, sản xuất và đầu ra cho các loại trái cây trong vùng còn nhiều khó khăn liên quan đến khâu liên kết theo Chuỗi Giá Trị (CGT) và cách chính sách quản lý hỗ trợ của các bên có liên quan để gia tăng chất và lượng giúp phát triển lĩnh vực sản xuất này (Vo, 2016). Thêm vào đó, diễn biến hết sức phức tạp của thời tiết hiện nay, cụ thể là tình trạng xâm nhập mặn, hạn hán gây ra nhiều tác động xấu đến hoạt động trồng trọt, nhất là cây ăn trái do rất nhạy cảm với thời tiết ở các tỉnh ĐBSCL như Hậu Giang, Trà Vinh, Sóc Trăng, Bến Tre và Vĩnh Long (Phuoc, 2017).

Tại Hậu Giang, để ứng phó trước các thách thức mà lĩnh vực nông nghiệp đang trải qua, tỉnh đã và đang thực hiện các đề án chuyển đổi trong sản xuất nông nghiệp gắn với tái cơ cấu ngành. Cụ thể là hoạt động chuyển đổi cây trồng thích hợp với điều kiện tự nhiên ở địa phương, thích nghi với các loại dịch bệnh và biến đổi khí hậu. Theo Trung tâm Khuyến nông tỉnh Hậu Giang (2020), chanh không hạt là loại cây chỉ xuất hiện khoảng 10 năm gần đây tại Hậu Giang nhưng đã có hiệu quả tốt về mặt kinh tế và là một trong những cây trồng chủ lực của Hậu Giang. Tuy nhiên, mặc dù hiện nay các ban ngành đã hỗ trợ về nhiều mặt như tập huấn khoa học kỹ thuật, đầu tư cơ sở hạ tầng nông thôn, nhưng rất nhiều nông hộ còn gặp khó khăn do thiếu đầu ra và quy mô sản xuất nhỏ lẻ, dẫn tới diện tích trong thời gian gần đây có xu hướng giảm. Bên cạnh đó, khâu bảo quản sau thu hoạch và liên kết tiêu thụ còn khá yếu, chưa nâng cao được giá trị gia tăng của sản phẩm, ảnh hưởng đến sinh kế của người trồng chanh không hạt. Ngoài ra, khâu liên kết theo chuỗi giữa sản xuất và tiêu thụ chưa được chú trọng, đa số nông dân tự trồng và tìm nơi tiêu thụ, không có ký kết bao tiêu, thiếu các thông tin về nhu cầu tiêu thụ sản phẩm (Ky Anh, 2017). Do đó, việc tìm hiểu chuỗi giá trị và tình hình liên kết giữa sản xuất và tiêu thụ chanh không hạt ở tỉnh Hậu Giang là vô cùng thiết thực nhằm hỗ trợ cho các cơ quan thực hiện chính sách có cái nhìn tổng quan về ngành hàng chanh không hạt và đưa ra các chính sách phù hợp. Ngoài ra, mặt hàng chanh không hạt vẫn chưa được nghiên cứu sâu ở khu vực ĐBSCL, nhất là đối với cây lâu năm, do đó, việc tính toán phân tích các khoản mục khấu hao và chi phí đầu tư ban đầu từ nghiên cứu này sẽ góp thêm vào nguồn tài liệu nghiên cứu hiện nay về CGT.

2. Lược khảo tài liệu

Khi tìm hiểu CGT theo nghĩa rộng, các nghiên cứu đã xem xét chuỗi theo các hoạt động với nhiều tác nhân tham gia như người cung cấp đầu vào, tác nhân thu gom, chế biến, các doanh nghiệp, tác nhân bán sỉ và lẻ, tổng hợp các khâu này nhằm tạo ra sản phẩm cung cấp cho người tiêu dùng ở thị trường nội địa và ngoài nước. Trên thế giới, cách tiếp cận CGT (Gereffi, 1999; Gereffi & Korzeniewicz, 1994; Kaplinsky, 2000; Kaplinsky & Morris, 2000; Porter, 1985) và cách tiếp cận chuỗi giá trị ValueLinks của GTZ (2007) - *Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit* - Đức đã được áp dụng trong nghiên cứu ngành hàng CGT nhằm đề xuất các giải pháp hoàn thiện chuỗi, đặc biệt cho các sản phẩm trong ngành nông nghiệp. Từ năm 2000, các phương pháp tiếp cận này đã được sử dụng phổ biến ở Việt Nam, cụ thể như cách tiếp cận GTZ cho ngành hàng lúa hay tiếp cận toàn cầu (Hoang, 2014; Nguyen & Vo, 2019; Vo & Nguyen, 2013). Ngoài ra, đối với những chuỗi sản xuất có liên quan đến nông hộ nghèo thì kết hợp với cách tiếp cận “Nâng cao hiệu quả thị trường cho người nghèo” (MP4, 2008). Các kết quả từ các nghiên cứu này chỉ ra còn nhiều hạn chế trong chuỗi nông sản ở Việt Nam hiện nay. Cụ thể, kênh tiêu thụ xuất khẩu có thể chiếm tỷ trọng cao hơn kênh nội địa (Doan, Vo, Nguyen, & Huynh, 2015; Vo & Nguyen, 2013) hoặc ngược lại kênh nội địa lại có tỷ trọng lớn với khoảng 88% (Truong & Duong,

2014). Kết quả nghiên cứu cũng cho thấy mặc dù nông dân là tác nhân chủ yếu và dễ bị thương tổn nhất nhưng giá trị gia tăng lại tập trung vào các tác nhân khác nhất là thương lái (Vo & Nguyen, 2015). Từ những kết quả phân tích, các nhà nghiên cứu dựa vào đặc điểm riêng của từng loại nông sản và đề xuất các giải pháp nâng cấp khác nhau chủ yếu tập trung vào cải thiện liên kết dọc và liên kết ngang (Vo & Nguyen, 2013), rút ngắn kênh thị trường (Truong & Duong, 2014) hoặc tập trung dự báo nhu cầu (Mai & Nguyen, 2010). Như vậy, nghiên cứu về chanh không hạt sẽ khác với các phân tích trước đây tập trung chủ yếu cho cây lúa và lá cây ngắn ngày. Đặc biệt cũng góp phần thúc đẩy khâu sản xuất và tiêu thụ tốt hơn khi chanh không hạt được chứng nhận là sản phẩm tiêu biểu của chương trình *Mỗi xã một sản phẩm - One Commune One Product (OCOP)* mới tại địa phương, đồng thời cũng có đóng góp nghiên cứu theo đúng định hướng của Thủ tướng Chính phủ chỉ đạo tại thành phố Cần Thơ ngày 13 tháng 03 năm 2021 ở Hội nghị lần 03 chủ đề về phát triển bền vững ĐBSCL thích ứng với biến đổi khí hậu ở khu vực ĐBSCL là chuyển sang phát triển nông nghiệp theo hướng đa dạng gồm thủy sản - cây ăn quả - cây lúa (Trung Duy, 2021).

3. Phương pháp nghiên cứu

3.1. Phương pháp thu thập số liệu

Nghiên cứu sử dụng phương pháp thu thập số liệu chọn mẫu ngẫu nhiên có điều kiện bằng cách phỏng vấn trực tiếp nông hộ sử dụng bộ câu hỏi cấu trúc. Các nông hộ được phỏng vấn là các hộ có trồng chanh từ 02 năm trở lên. Cụ thể, hộ đầu tiên được chọn ra từ danh sách được cung cấp bởi cán bộ dẫn đường tại địa phương, các hộ tiếp theo được chọn để đảm bảo phân bố đều ở địa bàn nghiên cứu, các tác nhân khác của chuỗi được phỏng vấn theo phương pháp liên kết chuỗi. Địa bàn nghiên cứu được xác định dựa trên ý kiến chuyên gia địa phương thuộc Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn tỉnh Hậu Giang, việc này để đảm bảo chính xác tính đại diện của mẫu thông qua tiêu chí đại diện là diện tích. Từ đó, khu vực khảo sát của đề tài là huyện Phụng Hiệp, huyện Châu Thành và thành phố Ngã Bảy vì ba địa bàn này có các mô hình liên kết và diện tích chanh chiếm trên 97% diện tích chanh không hạt toàn tỉnh Hậu Giang. Vì vậy, thông tin thu thập và phân tích sẽ mang tính đại diện cao và có thể đại diện cho tổng thể.

3.2. Phương pháp phân tích số liệu

Phương pháp thống kê mô tả: phương pháp này nhằm mô tả và trình bày dữ liệu, xây dựng bảng biểu phân phối tỷ trọng nhằm mô tả tình hình sản xuất và tiêu thụ chanh không hạt, các đặc điểm của nông hộ và các tác nhân khác trong chuỗi giá trị. Đây là những thông tin cơ bản kết hợp với nội dung phân tích kinh tế nhằm đề xuất giải pháp nâng cấp cần thiết.

Phương pháp phân tích chuỗi giá trị: nghiên cứu dùng phương pháp tiếp cận liên kết CGT *ValueLinks* của GTZ (2007). Với cách tiếp cận này, CGT sẽ được phân tích theo nghĩa rộng, nghĩa là CGT sẽ được nghiên cứu dựa trên một quy trình hoạt động có mối quan hệ chặt chẽ xuất phát từ khâu cung ứng đầu vào đến sản xuất, sơ chế, vận chuyển, bán hàng, hậu cần và cung cấp sản phẩm đến tay người tiêu dùng. Phương pháp này cũng thích hợp với khung nghiên cứu về chuỗi giá trị phổ biến của Porter (1990) bên cạnh các phương pháp nghiên cứu khác tùy vào mục đích phân tích.

4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

4.1. Cơ cấu chi phí của chanh không hạt tại tỉnh Hậu Giang

Cơ cấu chi phí của chanh không hạt được phân thành hai nhóm chỉ tiêu (Bảng 1).

Bảng 1

Cơ cấu chi phí của chanh không hạt tại tỉnh Hậu Giang (đồng/kg)

Chỉ tiêu	Giá trị trung bình	Lớn nhất	Nhỏ nhất	Độ lệch chuẩn	Tỷ trọng (%)
Tổng chi phí trung gian	2,694.16	14,395.86	1,656.84		56.75
Chi phí phân bón	1,975.67	12,333.33	102.78	1,981.36	41.61
Chi phí thuốc BVTV	354.47	1,500.00	20.00	273.20	7.47
Chi phí nhiên liệu	149.46	562.50	6.06	118.35	3.15
Chi phí đầu tư ban đầu đã phân bổ*	214.56	0.03	1,528.00	277.30	4.52
Tổng chi phí tăng thêm	2,053.47	16,421.54	126.68		43.25
Chi phí khấu hao	52.50	982.50	4.27	326.57	1.11
Chi phí lao động nhà	933.02	10,291.67	101.11	940.85	19.65
Chi phí lao động thuê	40.00	1,200.00	21.30	159.82	0.84
Chi phí thu hoạch	1,027.95	3,947.37	0.00	870.19	21.65
Tổng	4,747.63	30,817.40	1,783.52		100.00

*Ghi chú: chi phí đầu tư ban đầu phân bổ được tính tổng và kiểm tra lại dựa trên số liệu ước lượng của Chi cục Phát triển nông thôn (sở Nông nghiệp và phát triển nông thôn tỉnh Hậu Giang). Các khoản mục chi tiết được đề cập ở phần thảo luận bên dưới. Do các chi phí này được phát sinh ở thời điểm trong quá khứ và khá chi tiết, nhiều nông dân không ghi chép sổ sách nên tác giả không tách riêng từng khoản mục. Tuy nhiên, các khoản mục chi phí trung gian khác và chi phí tăng thêm đã được tính toán rất chi tiết

Nguồn: Số liệu điều tra trực tiếp (2020)

4.1.1. Chi phí trung gian

Chi phí này gồm các khoản chi phí để mua các nguyên liệu đầu vào cho hoạt động trồng chanh. Ngoài ra, do chanh không hạt là loại cây lâu năm, trong 02 năm đầu, nông hộ trồng chanh phải đầu tư cho vườn cây mà chưa mang lại doanh thu, vì vậy chi phí này coi như là đầu tư ban đầu và cần được phân bổ lại cho những năm sau này như là khấu hao giai đoạn cơ bản. Trong nghiên cứu này, thời gian phân bổ cho chi phí đầu tư ban đầu là 10 năm gồm chi phí mua cây giống (đối với giống nhà, tính theo giá thị trường tại thời điểm sử dụng giống), chi cho làm đất, chi cho việc gieo trồng, chi phí phân bón, chi phí thuốc bảo vệ thực vật, chi phí lao động gia đình và lao động thuê. Chi phí người nông dân bỏ ra trong giai đoạn đầu tư ban đầu được phân bổ khác nhau ở 02 năm đầu, nhưng do vấn đề khó khăn trong ghi chép số liệu của nông hộ được khảo sát nên tác giả tính gộp chung cả 02 năm này thành tổng chi phí phát sinh cho đầu tư ban đầu. Chi phí này được phân bổ trung bình là 214.56 đồng/kg.

4.1.2. Chi phí tăng thêm

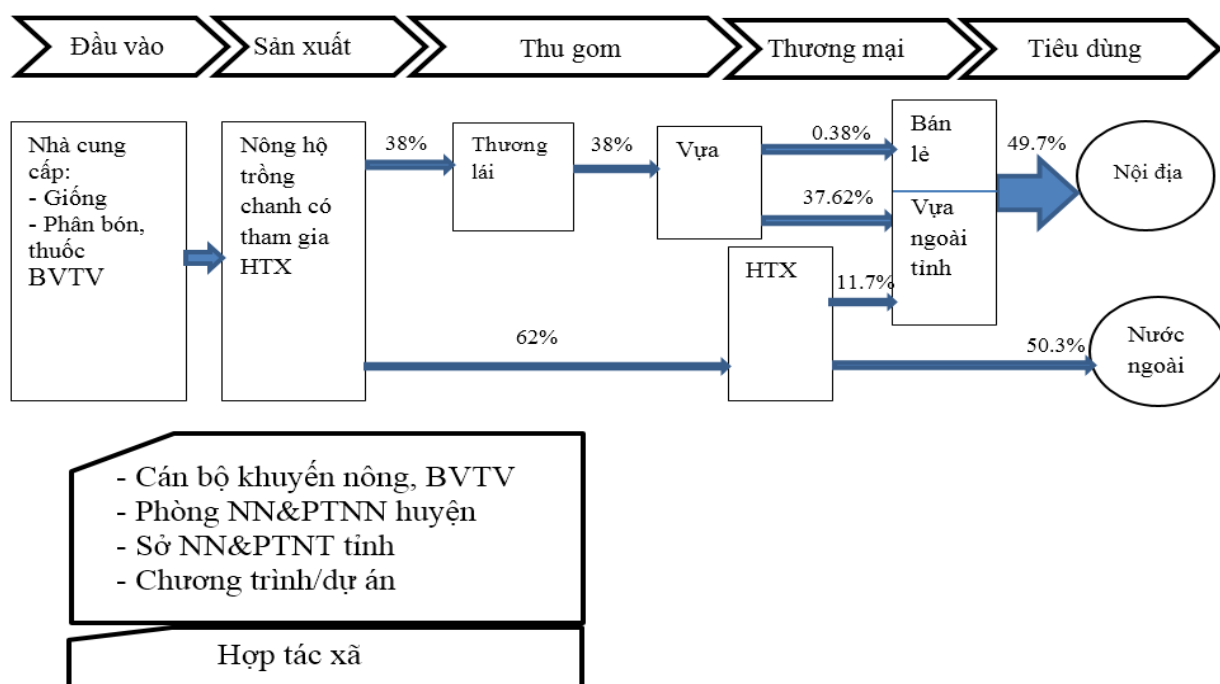
Theo số liệu tính toán, các hộ trồng chanh được khảo sát (164 hộ) phải bỏ ra là 2,053.47 đồng/kg. Chi phí này gồm lao động nhà chiếm 19.65%, lao động thuê chiếm 0.84%, chi phí thu hoạch chiếm 21.65%. Ngoài ra, chi phí tăng thêm còn có khoản mục chi cho khấu hao máy móc, các công cụ dụng cụ do chanh không hạt là loại cây lâu năm nên các công cụ phục vụ cho hoạt động trồng chanh cần được khấu hao trong suốt vòng đời của cây chanh.

Nhìn chung, các nông hộ được khảo sát (164 hộ) phải chi trung bình là 4,747.63 đồng/kg chanh, với giá bán trung bình năm 2020 là 11,400 đồng thì trung bình hộ nhận được lợi nhuận là 6,652.37 đồng/kg chanh, trong khi giá trị gia tăng hộ nhận là 8,705.85 đồng/kg chanh. Chi phí trung gian chiếm 56.75% trong tổng chi phí, mặc dù chanh không hạt là loại cây trồng dài ngày nhưng do đặc tính kỹ thuật là cây cho trái quanh năm, mỗi tháng đều cho thu hoạch nên các chi phí như chi phí phân bón (khoảng 41.61%), thu hoạch (21.65%) và lao động gia đình (chiếm 19.65%) phải được hộ bỏ ra liên tục, vì vậy ba khoản mục chi phí này có tỷ trọng lớn nhất trong cơ cấu chi phí.

Theo kết quả khảo sát, hiện nay chanh không hạt Hậu Giang được phân phối dựa theo hai hình thức là không có liên kết và có liên kết (tức là các hộ có tham gia Hợp Tác Xã (HTX)).

4.2. Sơ đồ và phân tích kinh tế chuỗi giá trị chanh không hạt có liên kết tại Hậu Giang

Trong CGT chanh không hạt có liên kết tại Hậu Giang bao gồm 04 kênh thị trường với 05 chức năng và 08 tác nhân tham gia. Trong 04 kênh thị trường của CGT chanh không hạt có liên kết thì kênh 3 và kênh 4 là kênh người nông dân nhận được Giá Trị Gia Tăng Thuần (GTGTT) cao nhất với lợi nhuận là 5,331.31 đồng/kg. Tuy nhiên, kênh 3 người nông dân nhận được tỷ trọng GTGTT là 86.93% cao hơn tỷ trọng GTGTT của kênh 4 là 43.03%. Mặc dù vậy, tác giả chọn kênh 4 là kênh có tính bền vững và đạt hiệu quả cao. Lý do lựa chọn kênh 4 là kênh tối ưu nhất vì kênh 4 tạo ra GTGTT toàn kênh cao nhất trong CGT chanh có liên kết là 12,389.96 đồng/kg. Thêm vào đó, để đảm bảo phân phối công bằng và tính lâu dài của kênh thì người tham gia chuỗi nên có sự phân chia lợi nhuận không quá chênh lệch, với kênh 3 thì lợi nhuận HTX nhận được chỉ có 13.06% mặc dù chỉ có 02 tác nhân chính. Do đó, để các giải pháp nâng cấp chuỗi phù hợp thực tế và nhất là đảm bảo thu nhập cho nông dân, các nhà quản lý cũng cần quan tâm đến kênh tiêu thụ này. Liên kết với các công ty kinh doanh, cơ sở thu mua đang là xu hướng sản xuất và tiêu thụ mới cho các loại cây trồng, đặc biệt chanh không hạt là loại cây đang trong quá trình xây dựng và mở rộng quy mô, đảm bảo chất lượng ở tỉnh Hậu Giang, có nhiều thách thức trước mắt. Vì vậy, các nhà làm chính sách và người dân cần có định hướng phù hợp cho loại cây này để nâng cao thu nhập cho nông dân và bắt kịp các yêu cầu cao hơn của thị trường trong và ngoài nước.



Hình 1. Sơ đồ chuỗi giá trị chanh không hạt có liên kết tại tỉnh Hậu Giang

Các chi phí phát sinh đối với các tác nhân trong chuỗi gồm thương lái, vựa chanh, hợp tác xã, công ty và người bán lẻ, cơ cấu chi phí gồm chi phí trung gian (chi phí mua sản phẩm đầu vào) và chi phí tăng thêm (gồm chi phí khấu hao máy móc thiết bị, chi phí lao động nhà, lao động thuê, chi phí vận chuyển và thuế). Cơ cấu chi phí này tùy từng tác nhân cụ thể nếu phát sinh sẽ được tổng hợp và tính toán. Cuối cùng, Giá Trị Gia Tăng (GTGT) và Giá Trị Gia Tăng Thuần (GTGTT) của từng tác nhân lần lượt được tính bằng giá bán trừ chi phí trung gian và giá bán trừ tổng chi phí (Bảng 2 và Bảng 3). GTGTT trong chuỗi được phân bổ là tỷ trọng lợi nhuận của mỗi tác nhân trong chuỗi với tổng lợi nhuận chuỗi là 100% (Vo & Nguyen, 2016). Cụ thể:

Chi phí sản xuất của đơn vị sản xuất giống bao gồm các khoản mục: làm đất, giống, gieo cấy, phân bón, tưới, thu hoạch và các chi phí khác.

Chi phí khấu hao máy móc công cụ được tính theo phương pháp khấu hao đường thẳng: nguyên giá tài sản cố định/thời gian sử dụng.

Chi phí mua sản phẩm là chi phí mua chanh của các tác nhân với tác nhân/nông hộ đi trước. Theo Vo và Nguyen (2016), chi phí mua vào của tác nhân theo sau là giá bán của tác nhân trước. Nếu tác nhân theo sau mua chanh của nhiều nguồn khác nhau thì chi phí đầu vào của tác nhân theo sau sẽ là số trung bình gia quyền của giá mua chanh và sản lượng chanh mua vào.

Chi phí vận chuyển: là chi phí đi mua chanh hoặc chi phí đi bán chanh của các tác nhân hoặc là chi phí giao hàng đối với các cá nhân cung cấp cây giống.

Bảng 2

Phân tích kinh tế chuỗi giá trị chanh không hạt có liên kết tại Hậu Giang (đồng/kg)

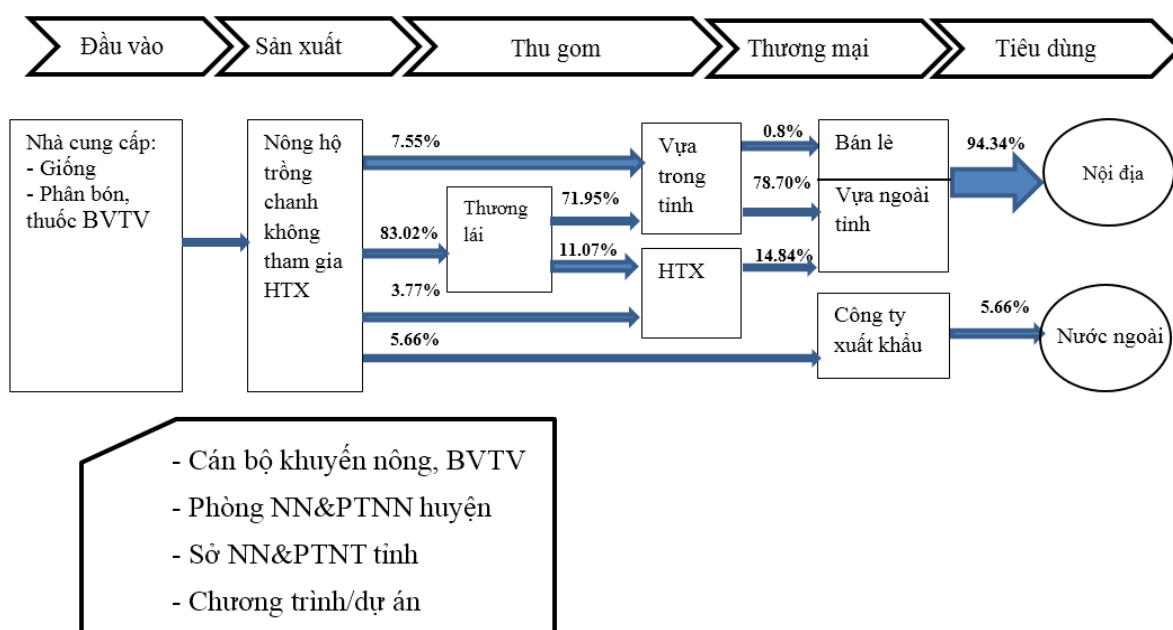
Khoản mục	Nông hộ	Thương lái	Vựa	HTX	Bán lẻ	Tổng
Kênh 1: Nông hộ trồng chanh → Thương lái → Vựa → Vựa ngoài tỉnh						
Giá bán	11,550.00	12,750.00	15,000.00			
CPTG	2,777.79	11,805.00	13,050.00			
CPTT	5,140.90	391.47	919.57			
GTGT	8,772.21	945.00	1,950.00			11,667.21
%GTGT	75.19	8.10	16.71			100.00
GTGTT	3,631.31	553.53	1,030.43			5,215.27
%GTGTT	69.63	10.61	19.76			100.00
Kênh 2: Nông hộ trồng chanh → Thương lái → Vựa → Bán lẻ						
Giá bán	11,550.00	12,750.00	13,055.05		20,000.00	
CPTG	2,777.79	11,805.00	12,750.00		15,055.05	
CPTT	5,140.90	391.47	271.60		9.20	
GTGT	8,772.21	945.00	305.50		4,944.05	14,966.76
%GTGT	58.61	6.31	2.04		33.04	100.00
GTGTT	3,631.31	553.33	33.90		4,935.75	9,154.29
%GTGTT	39.67	6.04	0.37		53.92	100.00

Khoản mục	Nông hộ	Thương lái	Vựa	HTX	Bán lẻ	Tổng
Kênh 3: Nông hộ trồng chanh → HTX → Vựa ngoài tỉnh						
Giá bán	13,250.00			14,750.00		
CPTG	2,777.79			13,397.50		
CPTT	5,140.90			551.90		
GTGT	10,472.21			1,352.50		11,824.71
%GTGT	88.56			11.44		100.00
GTGTT	5,331.31			800.60		6,131.91
%GTGTT	86.93			13.06		100.00
Kênh 4: Nông hộ trồng chanh → HTX → Người tiêu dùng nước ngoài						
Giá bán	13,250.00			21,350.00		
CPTG	2,777.79			13,463.50		
CPTT	5,140.90			827.85		
GTGT	10,472.21			7,886.50		18,358.71
%GTGT	57.04			42.96		100.00
GTGTT	5,331.31			7,058.65		12,389.96
%GTGTT	43.03			56.97		100.00

Nguồn: Số liệu điều tra trực tiếp (2020)

4.3. Sơ đồ chuỗi và phân tích kinh tế chuỗi giá trị chanh không hạt không có liên kết tại Hậu Giang

Chuỗi giá trị chanh không hạt không có liên kết tại Hậu Giang bao gồm 07 kênh thị trường với 05 chức năng và 09 tác nhân tham gia (Bảng 2).



Hình 2. Sơ đồ chuỗi giá trị chanh không hạt không có liên kết tại tỉnh Hậu Giang

Bảng 3

Phân tích kinh tế chuỗi giá trị chanh không hạt không có liên kết tại Hậu Giang (đồng/kg)

Khoản mục	Nông hộ	Thương lái	Vựa	HTX	Bán lẻ	Công ty	Tổng
Kênh 1: Nông hộ trồng chanh → Thương lái → Vựa → Vựa ngoài tỉnh							
Giá bán	11,340.80	12,750.00	15,000.00				
CPTG	2,691.53	11,595.80	13,050.00				
CPTT	2,291.00	391.47	919.57				
GTGT	8,649.27	1,154.20	1,950.00				11,753.47
%GTGT	73.59	9.82	16.59				100.00
GTGTT	6,358.27	762.73	1,030.43				8,150.43
%GTGTT	78.00	9.36	12.64				100.00
Kênh 2: Nông hộ trồng chanh → Thương lái → Vựa → Bán lẻ							
Giá bán	11,340.80	12,750.00	13,055.50		20,000.00		
CPTG	2,691.53	11,595.80	12,750.00		15,055.50		
CPTT	2,291.00	391.47	271.60		9.20		
GTGT	8,649.27	1,154.20	305.50		4,944.50		15,053.47
%GTGT	57.46	7.67	2.03		32.84		100.00
GTGTT	6,358.27	762.73	33.90		4,935.30		12,090.20
%GTGTT	52.59	6.31	0.28		40.82		100.00
Kênh 3: Nông hộ trồng chanh → Thương lái → HTX → Vựa ngoài tỉnh							
Giá bán	11,340.80	12,500.00		14,750.00			
CPTG	2,691.53	11,590.80		12,647.50			
CPTT	2,291.00	391.47		551.90			
GTGT	8,649.27	905.20		2,102.50			11,656.97
%GTGT	74.20	7.77		18.03			100.00
GTGTT	6,358.27	517.73		1,550.60			8,426.60
%GTGTT	75.45	6.15		18.40			100.00
Kênh 4: Nông hộ trồng chanh → Vựa → Vựa ngoài tỉnh							
Giá bán	11,666.67		15,000.00				
CPTG	2,691.53		11,966.67				
CPTT	2,291.00		919.57				
GTGT	8,975.14		3,033.33				12,008.47
%GTGT	74.74		25.26				100.00
GTGTT	6,684.14		2,113.76				8,797.90
%GTGTT	75.97		24.03				100.00

Kênh 5: Nông hộ trồng chanh → Vừa → Bán lẻ				
Giá bán	11,666.67	13,055.50	20,000.00	
CPTG	2,691.53	11,601.91	13,055.50	
CPTT	2,291.00	271.60	9.20	
GTGT	8,975.14	1,453.59	6,944.50	17,373.23
%GTGT	51.66	8.37	39.97	100.00
GTGTT	6,684.14	1,181.99	6,935.30	14,801.43
%GTGTT	45.16	7.99	46.85	100.00
Kênh 6: Nông hộ trồng chanh → HTX → Vừa ngoài tỉnh				
Giá bán	9,000.00	14,750.00		
CPTG	2,691.53	9,147.5		
CPTT	2,291.00	551.90		
GTGT	6,308.47	5,602.50		11,910.97
%GTGT	52.96	47.04		100.00
GTGTT	4,017.47	5,050.6		9,068.07
%GTGTT	44.30	55.70		100.00
Kênh 7: Nông hộ trồng chanh → Công ty xuất khẩu				
Giá bán	13,500.00		30,000.00	
CPTG	2,691.53		16,500.00	
CPTT	2,291.00		5,825.00	
GTGT	10,808.47		13,500.00	24,308.47
%GTGT	44.46		55.54	100.00
GTGTT	8,517.47		7,675.00	16,192.47
%GTGTT	52.60		47.40	100.00

Nguồn: Số liệu điều tra trực tiếp (2020)

Trong 07 kênh thị trường của CGT chanh không hạt không có liên kết thì kênh 7 có ít tác nhân trung gian nhất và cũng là kênh người nông dân nhận được GTGTT cao nhất với lợi nhuận là 8,517.47 đồng/kg. Trong thời gian tới, các giải pháp bao gồm cải thiện CGT cũng như nhằm tăng thu nhập cho hộ trồng chanh cũng cần quan tâm đến kênh tiêu thụ này. Đặc biệt, kênh này sẽ càng tốt hơn nữa nếu cải thiện được mối liên kết ngang giữa người nông dân với nhau, khi đó các công ty sẽ thuận tiện hơn khi muốn tiếp cận với người nông dân, đồng thời nông hộ cũng an tâm sản xuất, cải thiện được chất lượng và giá bán trong thời gian tới.

4.4. Phân tích tổng hợp kinh tế chuỗi giá trị chanh không hạt tại tỉnh Hậu Giang

Qua kết quả nghiên cứu tổng hợp 07 kênh thị trường của CGT chanh không hạt không có liên kết tại Hậu Giang, tác giả nhận thấy, doanh nghiệp thu mua có lợi nhuận nhiều nhất với tỷ trọng là 26.55%, nông dân nhận được lợi nhuận cao thứ ba toàn chuỗi với tỷ trọng là 22.19%. Ở CGT không có liên kết, lợi nhuận đạt được của doanh nghiệp xuất khẩu cao nhất là vì tiêu thụ được giá cao, các nông hộ trồng chanh, do các hộ không tham gia các HTX nên chủ yếu dựa theo

kinh nghiệm bản thân, sử dụng chi phí trong quá trình sản xuất theo xu hướng cảm tính nên chi phí phát sinh nhìn chung khá thấp, do đó, lợi nhuận cao thứ ba toàn chuỗi, mặc dù giá bán là thấp nhất toàn chuỗi. Như vậy, trong tương lai người nông dân trồng chanh muốn gia tăng lợi nhuận của mình trong toàn CGT thì trước hết phải cải thiện chất lượng sản phẩm bằng cách áp dụng các quy trình sản xuất mới, liên kết tổ hợp tác, HTX, từ đó giá bán sản phẩm mới cao, chi phí sản xuất được tối ưu hóa từ đó lợi nhuận được nâng cao hơn.

Bảng 4

Phân tích tổng hợp kinh tế chuỗi giá trị chanh không hạt tỉnh Hậu Giang

Khoản mục	Nông dân	Thương lái	Vựa	HTX	Bán lẻ	Công ty	Tổng
Chuỗi giá trị chanh không hạt không có liên kết							
1. Sản lượng (tấn)	2,263.21	1,878.92	1,799.33	335.78	17.99	128.10	
2. Giá bán (đồng/kg)	11,399.37	12,716.68	14,980.56	15,000.00	20,000.00	30,000.00	
3. Tổng doanh thu (triệu đồng)	25,799.17	23,893.62	26,954.97	5,036.70	359.80	3,843.00	85,887.26
% Tổng doanh thu	30.04	27.82	31.39	5.86	0.42	4.47	100.00
4. Lợi nhuận (đồng/kg)	6,416.84	730.07	2,104.44	5,050.60	6,935.30	7,675.00	28,912.25
% Lợi nhuận	22.19	2.53	7.28	17.47	23.99	26.55	100.00
5. Tổng lợi nhuận (triệu đồng)	14,522.66	1,371.74	3,786.58	1,695.89	124.77	983.17	22,484.81
% Tổng lợi nhuận	64.59	6.10	16.84	7.54	0.56	4.37	100.00
Chuỗi giá trị chanh không hạt có liên kết							
1. Sản lượng (tấn)	197.04	74.88	74.88	122.16	0.75	0.00	
2. Giá bán (đồng/kg)	12,604.00	12,750.00	14,980.56	20,104.58	20,000.00	0.00	
3. Tổng doanh thu (triệu đồng)	2,483.49	954.72	1,121.74	2,455.98	15.00	0.00	7,030.93
% Tổng doanh thu	35.32	13.58	15.96	34.93	0.21	0.00	100.00
4. Lợi nhuận (đồng/kg)	4,685.31	553.33	1,020.46	4,476.37	4,944.5	0.00	15,679.97

Khoản mục	Nông dân	Thương lái	Vựa	HTX	Bán lẻ	Công ty	Tổng
% Lợi nhuận	29.88	3.53	6.51	28.55	31.53	0.00	100.00
5. Tổng lợi nhuận (triệu đồng)	923.19	41.43	76.41	546.83	3.71	0.00	1,591.57
% Tổng lợi nhuận	58.00	2.60	4.80	34.36	0.24	0.00	100.00

Ghi chú: Các chỉ tiêu kinh tế về sản lượng, lợi nhuận và doanh thu của các tác nhân được tính dựa trên mức % mức phân bổ cho các tác nhân trong chuỗi (nông dân là 100%). Lược khảo tài liệu nghiên cứu về CGT thường không phân tích các chỉ tiêu này. Như vậy, tác giả kỳ vọng đây là đóng góp có tính mới để đề xuất các giải pháp và so sánh với các nghiên cứu về nghiên cứu có liên quan đến hiệu quả kinh tế khác

Nguồn: Số liệu điều tra trực tiếp (2020)

Qua phân tích tổng hợp CGT chanh không hạt có liên kết tại Hậu Giang, lợi nhuận của tác nhân bán lẻ là cao nhất với tỷ trọng là 31.53%, lợi nhuận của nông dân nhận được cao thứ hai (tỷ trọng là 29.88%), lợi nhuận của HTX nhận được cao thứ ba với tỷ trọng là 28.55% và thấp nhất là thương lái. Tuy nhiên, trong phân phối tổng lợi nhuận toàn chuỗi, nông dân có tổng lợi nhuận cao nhất, kể đến là HTX, điều này cho thấy với mô hình liên kết, lợi nhuận sẽ không chênh lệch lớn khi được tính toán và phân chia cho nông dân và HTX. Ở CGT có liên kết, do bán được sản lượng nhiều và giá bán cao, lợi nhuận mà nông dân đạt được là lớn nhất toàn chuỗi.

4.5. Phân tích SWOT cho chuỗi giá trị chanh không hạt tại tỉnh Hậu Giang

Qua tổng hợp từ kết quả phân tích nghiên cứu và phỏng vấn nhóm chuyên gia là cán bộ chuyên trách tại địa phương và cán bộ Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn tỉnh Hậu Giang, CGT chanh không hạt tại Hậu Giang có các điểm mạnh, yếu, các cơ hội và các thách thức được tổng hợp ở Bảng 5.

Bảng 5

Ma trận SWOT cho chuỗi giá trị chanh không hạt tỉnh Hậu Giang

SWOT	O: CƠ HỘI	T: THÁCH THỨC
	O1: Chanh không hạt là cây trồng chính của địa phương hiện nay O2: Hậu Giang đang thực hiện chuyển đổi cây trồng sang chanh không hạt và các loại cây trồng có hiệu quả kinh tế cao O3: Các Sở ban ngành dành nhiều sự quan tâm hơn đến trái cây trong phát triển kinh tế địa phương	T1: Khí hậu thất thường và các hiện tượng bất lợi như xâm mặn, hạn hán thường xảy ra T2: Chưa có nhiều nghiên cứu nâng cao chất lượng và giá trị chanh và các sản phẩm từ chanh T3: Thông tin thị trường, vùng nguyên liệu và nhu cầu chanh chưa đầy đủ

S: ĐIỂM MẠNH	SO: CHIẾN LƯỢC CÔNG KÍCH	ST: CHIẾN LƯỢC THÍCH ỨNG
S1: Nông hộ có kinh nghiệm trồng cây ăn trái S2: Chanh không hạt là loại cây trồng dễ chăm sóc S3: Điều kiện sản xuất tại Hậu Giang thích hợp, cây chanh cho trái quanh năm S4: Xây dựng được vùng chuyên canh chanh không hạt đạt tiêu chuẩn GLOBAL GAP tại một số địa phương S5: Được chứng nhận nhãn hiệu “Chanh không hạt Hậu Giang” S6: Chanh không hạt Hậu Giang đã được xuất khẩu ở Châu Âu, các nước Trung Đông	S_{1,2,3} + O_{2,3} Sử dụng kinh nghiệm trồng, điều kiện tự nhiên kết hợp các chính sách và ưu đãi của các Sở, ban ngành để tăng diện tích sản xuất, tăng năng suất và chất lượng sản phẩm S₅ + O₃ Đẩy mạnh xúc tiến thương mại dưới sự hỗ trợ của chính quyền địa phương trên cơ sở sử dụng nhãn hiệu chanh không hạt Hậu Giang S_{4,5} + O_{2,3} Tận dụng lợi thế đã có vùng chuyên canh để hướng dẫn cho người dân hiểu rõ các lợi ích trong liên kết theo CGT, nâng cao nhận thức và tập quán canh tác, tăng cường liên kết theo chiều dọc, và qua kênh xuất khẩu	S₁ + T₁ Tận dụng kinh nghiệm và điều kiện tự nhiên để giảm nhẹ các tác động do biến đổi khí hậu tạo ra S_{4,5} + T_{2,3} Xây dựng nhãn hiệu chanh không hạt không những dưới dạng tươi như hiện tại mà còn kết hợp với các sản phẩm GTGT từ chanh như bột gia vị, nước ép, tinh dầu
W: ĐIỂM YẾU	WO: CHIẾN LƯỢC ĐIỀU CHỈNH	WT: CHIẾN LƯỢC PHÒNG THỦ
W1: Người trồng chanh sản xuất theo kinh nghiệm sẵn có, thiếu kỹ thuật canh tác theo tiêu chuẩn cao, vì vậy chất lượng chanh không đồng đều W2: Nông hộ có quy mô nhỏ lẻ và manh mún, thiếu liên kết theo chuỗi, hoạt động liên kết theo HTX còn ít và chưa thiết thực, chưa có các ràng buộc chi tiết W3: Tập quán canh tác tự chủ, khó thích nghi với các loại hình canh tác, liên kết theo chuỗi	W_{1,2,3} + O_{1,2,3} Xây dựng vùng nguyên liệu chuyên canh quy mô lớn kết hợp với sự hỗ trợ của chính quyền địa phương W₂ + O_{2,3} Cải thiện những khó khăn từ hoạt động của HTX nhằm tăng cường liên kết ngang, giúp nông hộ tiếp cận và nắm rõ các thông tin liên quan về thị trường tiêu thụ	W_{1,2,3} + T_{1,2,3} Thay đổi tập quán canh tác, cập nhật thông tin thị trường thường xuyên

Nguồn: Tổng hợp từ kết quả điều tra trực tiếp và phỏng vấn chuyên gia (2020)

4.6. Các chiến lược nâng cấp chuỗi

Căn cứ vào bốn nhóm chiến lược tổng hợp ở bảng phân tích ma trận SWOT gồm chiến lược công kích, thích ứng, điều chỉnh và phòng thủ. Các chiến lược để cải thiện CGT chanh không hạt được đề xuất như sau:

4.6.1. Giải pháp quy hoạch vùng nguyên liệu quy mô lớn

Kết quả chỉ ra quy mô sản xuất của hộ còn khá hạn chế, do đó, giải pháp quy hoạch cần dựa vào năng lực sản xuất và cần dự báo nhu cầu của thị trường gồm cả số lượng và chất lượng để xây dựng vùng trồng có quy mô lớn hơn. Đối với chanh không hạt, người dân cần tận dụng lợi thế về điều kiện canh tác tự nhiên thuận lợi, kinh nghiệm lâu năm về trồng cây ăn trái kết hợp với các đề án, chương trình đẩy mạnh chuyển đổi cây trồng của tỉnh đã và đang được thực hiện để hình thành vùng trồng chanh không hạt quy mô lớn, đạt chất lượng tốt, làm cơ sở cho các khâu tiêu thụ, chế biến được thuận lợi.

4.6.2. Giải pháp thúc đẩy hoạt động tiêu thụ ngoài nước

Cơ sở cho đề xuất này được dựa trên việc quy hoạch vùng trồng chanh quy mô lớn, đồng thời phải tiến hành sản xuất theo tiêu chuẩn xuất khẩu ngay từ đầu với các hộ mới bắt đầu mô hình chuyển đổi. Hiện tại, sản phẩm chanh không hạt đã được xuất khẩu, tuy nhiên sản lượng còn hạn chế, đồng thời các bên thực hiện việc xuất khẩu như HTX hay doanh nghiệp gặp trở ngại khi tiếp cận vùng nguyên liệu và rào cản tâm lý của nông hộ nên việc mua chanh với số lượng lớn gặp nhiều trở ngại, đó cũng chính là điểm nghẽn của CGT chanh không hạt hiện nay.

4.6.3. Giải pháp thúc đẩy liên kết của các tác nhân trong chuỗi giá trị

Trong nhóm giải pháp này, việc đẩy mạnh liên kết giữa các hộ (liên kết ngang) và liên kết giữa hộ và HTX, hộ và doanh nghiệp, doanh nghiệp và HTX (liên kết dọc). Như đã phân tích, việc liên kết sản xuất tiêu thụ của nông dân ở Hậu Giang còn khá lỏng lẻo và chưa được nông dân quan tâm đúng mức. Do đó, việc hình thành liên kết dọc giữa nông dân và công ty, nông dân và HTX sử dụng hợp đồng cung cấp đầu vào, bao tiêu đầu ra là vô cùng thiết thực. Thêm vào đó, việc xây dựng liên kết ngang giữa nông hộ và nông hộ cũng cần được chú trọng để xây dựng vùng nguyên liệu quy mô lớn kiểm soát được chất lượng đầu ra và nâng cao khả năng đàm phán giá với các cơ sở tiêu thụ nhờ nguồn cung lớn. Việc đẩy mạnh hai loại hình liên kết này còn là giải pháp quan trọng để rút ngắn kênh thị trường tiêu thụ nhằm nâng cao thu nhập của nông dân.

4.6.4. Giải pháp nghiên cứu đa dạng hóa sản phẩm chế biến từ chanh

Hiện nay các sản phẩm giá trị gia tăng từ chanh như tinh dầu chanh, bột gia vị, nước ép, cũng nên được nghiên cứu thực hiện từ các viện, nghiên cứu, doanh nghiệp chế biến để đáp ứng nhu cầu đa dạng của người tiêu dùng. Trong khi đó, tỉnh Hậu Giang mặc dù có cả thương hiệu và nhãn hiệu chanh không hạt Hậu Giang nhưng sản phẩm chỉ mới tiêu thụ tươi mà thiếu các sản phẩm được chế biến từ chanh. Do đó, việc nghiên cứu các sản phẩm chế biến từ chanh không hạt là vô cùng cần thiết. Hiện chanh không hạt đang là một trong các loại cây được quy hoạch và tập trung phát triển ưu tiên tại Hậu Giang. Do đó việc tạo ra và cải tiến các sản phẩm được chế biến từ chanh hiện nay là phù hợp, vừa có nguồn nguyên liệu đầu vào vừa nghiên cứu hướng tiêu thụ cho đầu ra.

4.6.5. Giải pháp đẩy mạnh hoạt động xúc tiến thương mại hướng đến truy xuất nguồn gốc

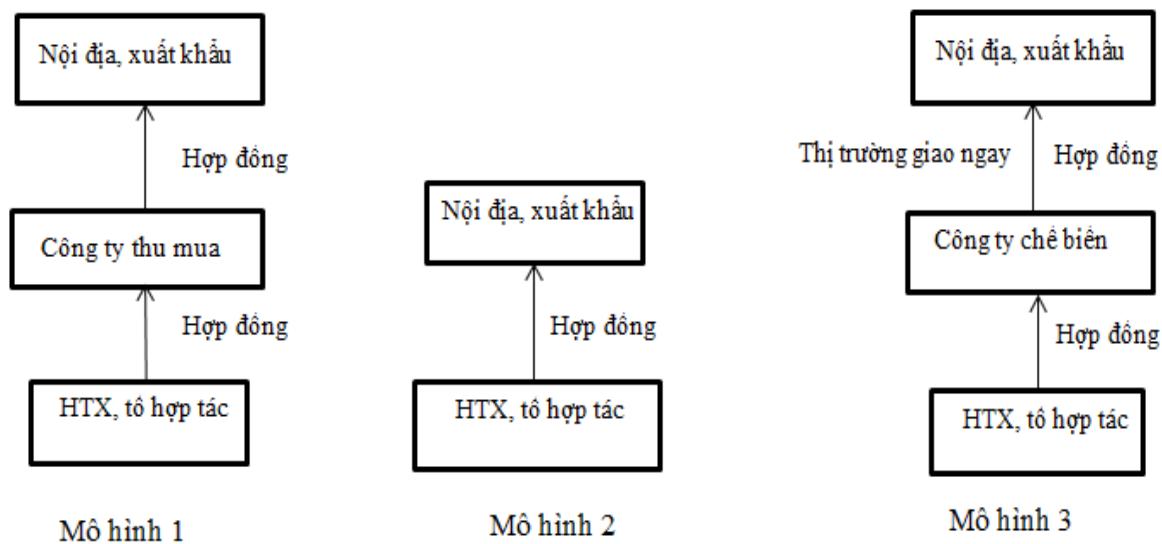
Hậu Giang hiện nay đã thực hiện quy trình truy xuất nguồn gốc đối với chanh không hạt tuy số lượng chưa nhiều. Trước thực trạng người dân sản xuất còn nhỏ lẻ, chưa áp dụng đúng các quy chuẩn kỹ thuật trong sản xuất, sản phẩm tạo ra có chất lượng không đồng đều thì việc truy xuất nguồn gốc vẫn gặp nhiều khó khăn. Việc truy xuất nguồn gốc được kỳ vọng cải thiện giá trị cho chanh không hạt Hậu Giang vì người tiêu dùng sản phẩm sẽ nắm được thông tin về quy trình sản xuất cho đến sản phẩm tiêu dùng dựa trên các ghi chép được lưu trữ bởi các tác nhân tham gia

trong CGT. Do đó, chanh không hạt Hậu Giang nên được phát triển hoạt động truy xuất nguồn gốc trong tương lai với diện tích trồng đang được quy hoạch lại và được phát triển hơn nữa. Tuy nhiên, việc này cần được thực hiện bằng sự kết hợp đồng bộ giữa người trồng chanh và các cấp, ban ngành, công ty. Trong xúc tiến thương mại, hàng năm chanh không hạt Hậu Giang có mặt tại các cuộc trưng bày giới thiệu sản phẩm, được các Sở ban ngành rất quan tâm cho hoạt động quảng bá loại nông sản này. Tuy nhiên, việc xúc tiến quảng bá chanh không hạt trên các sàn giao dịch còn nhiều khó khăn, chưa đạt nhiều kết quả tích cực. Do đó, chiến lược quảng bá chanh không hạt trên các sàn thương mại kết hợp với quy trình truy xuất nguồn gốc cần được thực hiện nhằm cải thiện vị thế và việc nhận biết đối với các sản phẩm chanh không hạt, điều này cũng là xu thế chung của cuộc cách mạng công nghiệp 4.0.

Do đó, các đề xuất đối với từng tác nhân cần thực hiện như hướng dẫn nông hộ trồng chanh dựa theo các quy trình an toàn, bền vững như VietGAP, GlobalGAP xa hơn là các tiêu chuẩn sinh học organic. Nông dân phải tích cực tham gia vào các HTX trên địa bàn, hoàn thiện kỹ thuật sản xuất và ứng dụng công nghệ hiện đại vào sản xuất bằng cách tích cực tham gia các lớp tập huấn. Nông dân cần đa dạng các nguồn tiếp cận các nguồn thông tin thị trường nhất là giá sản phẩm, tình hình tiêu thụ để có kế hoạch sản xuất thích hợp. Tăng cường liên kết dọc với doanh nghiệp thu mua và doanh nghiệp chế biến nhằm đa dạng hóa thị trường và hướng theo các tiêu chuẩn nâng cao giá trị cho trái chanh không hạt và cải thiện thu nhập cho nông hộ. Bên cạnh đó, doanh nghiệp, công ty thu mua cần rà soát kỹ vùng sản xuất thu mua, đẩy mạnh hoạt động liên kết với các HTX để tiếp cận được nguồn nguyên liệu số lượng lớn. Họ cũng nên san sẻ cả lợi ích và rủi ro với nông hộ khi liên kết, có như vậy thì quá trình liên kết mới thành công và phát triển. Công ty thu mua, doanh nghiệp cần cải tiến cách thức quản lý và dạng hợp đồng từ ký trực tiếp từng hộ nông dân, đến đại diện của họ như HTX hoặc xa hơn nữa là ký hợp đồng với cá nhân đại diện và được cơ quan nhà nước xác nhận ở từng xã, liên kết theo từng bước tiếp cận nông hộ và các hình thức vừa kiến nghị cũng kỳ vọng doanh nghiệp giảm các khoản chi phí và nâng cao tính cạnh tranh trong ngành. Ngoài ra, các HTX và các tổ hợp tác cần được cải thiện các chỉ tiêu về trình độ và khả năng quản lý của lãnh đạo HTX, thu thập thông tin thị trường kịp thời. Đẩy mạnh các hoạt động liên kết sản xuất tiêu thụ với các đơn vị thu mua. Cuối cùng, việc tiếp cận vùng sản xuất, tạo các vùng sản xuất hàng hóa chất lượng cao cần được ưu tiên hỗ trợ từ các cấp các Sở, ban ngành. Sau khi đã quy hoạch được vùng trồng quy mô lớn và có quy chuẩn thích hợp thì đồng thời cũng phải đảm bảo giá bán tốt nhất chứ không phải trồng theo tiêu chuẩn nhưng lại bán với giá thông thường. Do đó, việc tuyên truyền phổ biến lợi ích của các hình thức liên kết thông qua hội thảo, tập huấn ở địa phương là hết sức cần thiết. Hướng người nông dân đến việc sản xuất theo nhu cầu và tín hiệu của thị trường chứ không phải cung cấp sản phẩm mình có. Thêm vào đó, nhiều nông hộ chưa quen canh tác theo quy trình tiêu chuẩn nên bước đầu sẽ gặp nhiều bất lợi. Do đó, các cơ quan địa phương cũng cần trợ giúp một phần các khoản đầu tư ban đầu và kỹ thuật sản xuất cho nhà vườn trồng chanh thì mới có thể xây dựng liên kết lâu dài.

4.7. Đề xuất mô hình nâng cấp cho chuỗi giá trị chanh không hạt tại Hậu Giang

Từ quan điểm nâng cấp chuỗi, các chiến lược nâng cấp cũng như các mặt đạt được của nông hộ khi tham gia liên kết, các mô hình liên kết nâng cấp để cải thiện CGT chanh không hạt được đề xuất như sau.



Hình 3. Mô hình liên kết đề xuất cho chanh không hạt Hậu Giang

Ở mô hình 1, 2 và 3, tác giả đề xuất các nông hộ trồng chanh sẽ liên kết sản xuất để tạo thành các HTX hoặc tổ hợp tác (liên kết ngang).

Về hoạt động tiêu thụ, ở mô hình 1, các tổ chức HTX này sẽ kết nối với công ty bằng hợp đồng và tiến hành cung cấp theo đơn đặt hàng của doanh nghiệp. Ở kênh liên kết này nông dân trồng chanh có thể mạnh về nguồn nguyên liệu lớn nên tăng được khả năng đàm phán giá với doanh nghiệp, tạo ra sản phẩm đồng đều chất lượng, rút ngắn được các kênh trung gian như thương lái, vừa so với các kênh truyền thống hiện nay. Về hoạt động tiêu thụ, ở mô hình 2, các HTX, tổ hợp tác sẽ có khả năng chủ động nguồn cung cấp và đảm bảo được chất lượng nên sẽ chủ động tiêu thụ dưới hình thức tiêu thụ nội địa hoặc xuất khẩu dưới vai trò như một đơn vị tiêu thụ độc lập. Kênh tiêu thụ này là ngắn nhất trong ba mô hình, tối thiểu hóa các bên trung gian nên kỳ vọng sẽ đạt kết quả tốt nhất.

Thêm vào đó, xu hướng hiện nay là các sản phẩm nên được tiêu thụ dưới dạng sơ chế và chế biến. Trên thị trường hiện nay hiện có các sản phẩm chế biến từ chanh như bột gia vị, tinh dầu chanh, nước ép chanh, chất tẩy rửa, vì vậy vấn đề phát triển sản phẩm từ chanh tại Hậu Giang cũng cần được quan tâm. Do đó, ở mô hình 3 về hoạt động tiêu thụ, các HTX, tổ hợp tác phải kết nối với các doanh nghiệp chế biến sản phẩm từ chanh bằng hợp đồng và sẽ sản xuất theo đặt hàng từ doanh nghiệp. Hiện nay trên địa bàn nghiên cứu, các doanh nghiệp chế biến các sản phẩm chanh không hạt chưa có, tuy nhiên, khi các doanh nghiệp loại hình này được phát triển trong thời gian tới, nhu cầu chanh sẽ rất lớn. Đồng thời, với trình độ phát triển của khoa học công nghệ như hiện nay, xu hướng tất yếu là việc ứng dụng công nghệ vào sản xuất nông nghiệp, vì vậy các nhà làm chính sách cần có các dự báo thị trường về nhu cầu chanh không hạt để có thể quy hoạch vùng trồng và liên kết nông hộ sản xuất cho phù hợp. Ở kênh liên kết này, nông dân trồng chanh có thể mạnh về nguồn nguyên liệu quy mô nên tăng khả năng đàm phán giá với doanh nghiệp thu mua, ngoài ra, sản phẩm đồng đều chất lượng, rút ngắn được các kênh khác bao gồm thương lái, vừa so với các kênh truyền thống hiện đang tồn tại.

5. Kết luận và kiến nghị

Như vậy, CGT chanh không hạt tại tỉnh Hậu Giang bao gồm người trồng chanh, thương lái, vừa, HTX, người bán lẻ, công ty xuất khẩu. Nông hộ trồng chanh không liên kết tham gia 07 kênh thị trường trong khi nông hộ có liên kết tham gia 04 kênh thị trường. Trong CGT chanh không hạt mà nông dân có tham gia HTX thì HTX và nông dân nhận được lợi nhuận cao nhất, với

CGT mà nông dân không tham gia HTX thì công ty và bán lẻ nhận lợi nhuận cao nhất. Ở cả hai CGT, nông dân đều không phải là đối tượng nhận lợi nhuận cao nhất. Nhóm nông hộ không tham gia HTX, mối quan hệ trong chuỗi chỉ dựa trên quen biết nên không chặt chẽ và đảm bảo tính chính thống. Qua kết quả nghiên cứu về CGT chanh không hạt tại tỉnh Hậu Giang, các liên kết hiện có trong CGT bao gồm liên kết ngang giữa nông hộ và nông hộ hình thành nên các HTX hoặc tổ hợp tác, liên kết dọc gồm nông hộ liên kết với HTX, nông hộ liên kết với công ty. Tuy nhiên, đa số nông hộ chanh không hạt không tham gia liên kết và phần lớn tiêu thụ sản phẩm qua thương lái và vừa. Do đó, các đề xuất để nâng cấp CGT chanh không hạt tại tỉnh Hậu Giang trong thời gian tới nên được quan tâm thực hiện tốt, các cơ quan ban ngành cần vào cuộc triệt để, trong đó, các giải pháp liên quan đến việc nâng cao chất lượng sản phẩm và tăng cường liên kết thông qua mô hình nâng cấp đề xuất cần được thực hiện có hiệu quả.

Tài liệu tham khảo

- Doan, V. M., Vo, L. T. T., Nguyen, T. T., & Huynh, K. V. (2015). Phân tích chuỗi giá trị thanh long tại huyện Chợ Gạo, tỉnh Tiền Giang [Analysis of the dragon fruit value chain in Cho Gao district, Tien Giang Province]. *Tạp chí Khoa học trường Đại học Cần Thơ*, 36, 10-22.
- Gereffi, G. (1999). A commodity chains framework for analyzing global industries. *Institute of Development Studies*, 8(12), 1-9.
- Gereffi, G., & Korzeniewicz, M. (Eds.). (1994). *Commodity chains and global capitalism* (No. 149). Santa Barbara, CA: ABC-CLIO.
- German Technical Cooperation (GTZ). (2007). *Valuelinks manual: The methodology of value chain promotion* (1st ed.). Eschborn: GTZ.
- Hoang, V. V. (2014). Phân tích lợi ích tài chính chuỗi giá trị bưởi da xanh tỉnh Bến Tre [Analysis of financial benefits of green-skinned pomelo value chain in Ben Tre Province]. *Tạp chí Khoa học trường Đại học Sư phạm thành phố Hồ Chí Minh*, 2(35), 39-48.
- Humphreys, G. W., & Riddoch, M. J. (2003). A case series analysis of “category-specific” deficits of living things: The HIT account. *Cognitive Neuropsychology*, 20(3/6), 263-306.
- Kaplinsky, R. (2000). Globalisation and unequalisation: What can be learned from value chain analysis? *Journal of Development Studies*, 37(2), 117-146.
- Kaplinsky, R., & Morris, M. (2000). *A handbook for value chain research* (Vol. 113). Brighton, East Sussex: University of Sussex, Institute of Development Studies.
- Ky Anh (2017). Chanh không hạt “bì” đầu ra [Persian lime “hard to sell” output]. Truy cập ngày 10/09/2020 tại <http://www.baohaugiang.com.vn/nong-nghiep-nong-thon/chanh-khong-hat-bi-dau-ra-50405.html>
- Mai, N. V., & Nguyen, D. T. P. (2010). Giải pháp phát triển ngành hàng bưởi Năm Roi Phú Hữu Hậu Giang [Solutions to develop Nam Roi Phu Huu pomelo production in Hau Giang]. *Tạp chí Khoa học trường Đại học Cần Thơ*, 14(2010), 22-33.
- MP4. (2008). *Making value chains work better for the poor: A toolbox for practitioners of value chain analysis, version 3. Making markets work better for the poor (MP4) project, UK Department for International Development (DFID)*. Phnom Penh, Cambodia: Agricultural Development International.
- Nguyen, T. T., & Vo, T. H. (2019). Phân tích chuỗi giá trị ngành hàng xoài tại huyện Tịnh Biên, tỉnh An Giang [Analysis of the value chain of mango industry in Tinh Bien district, An Giang Province]. *Tạp chí Khoa học trường Đại học Cần Thơ*, 1(2019), 109-119.

- Phuoc, H. M. (2017). *Chuyển dịch cơ cấu ngành kinh tế nông nghiệp vùng Đồng bằng sông Cửu Long [Restructuring the agricultural economy in the Mekong River Delta region]*. Can Tho, Vietnam: Nhà xuất bản Đại học Cần Thơ.
- Porter, M. E. (1985). *Competitive advantage: Creating and sustaining superior performance*. New York, NY: Free Press.
- Porter, M. E. (1990). The competitive advantage of nations. *Competitive Intelligence Review*, 1(1), 73-91.
- Thanh Thanh (2020). *Trái cây Đồng bằng sông Cửu Long: Tìm giải pháp tiêu thụ ổn định [Fruits in the Mekong Delta: Finding solutions for sustainable consumption]*. Truy cập ngày 10/08/2021 tại <http://kinhhtevn.com.vn/traoi-cay-dong-bang-song-cuu-long-tim-giai-phap-tieu-thu-on-dinh-43960.html>
- Trung Duy (2021). *Hội nghị lần thứ 3 về phát triển đồng bằng sông Cửu Long thích ứng với biến đổi khí hậu [The 3rd Conference on the development of the Mekong Delta to adapt to climate change]*. Truy cập ngày 05/08/2021 tại <https://www.tapchicongsan.org.vn/web/guest/hoat-on-g-cua-lanh-ao-ang-nha-nuoc/-/2018/821648/thu-tuong-chinh-phu-nguyen-xuan-phuc-chu-tri-hoi-nghi-lan-thu-3-ve-phat-trien-ben-vung-dong-bang-song-cuu-long-thich-ung-voi-bien-doi-khi-hau.aspx>
- Trung tâm Khuyến nông tỉnh Hậu Giang. (2020). *Chanh không hạt tỉnh Hậu Giang [Seedless lemon in Hau Giang Province]*. Truy cập ngày 16/06/2021 tại <https://nongsanhaugiang.com.vn/vn/trace-code/NSHG99167>
- Truong, K. H. V. T., & Duong, T. N. (2014). Phân tích chuỗi giá trị xoài cát Hòa Lộc tỉnh Đồng Tháp [Analysis of Hoa Loc mango value chain, Dong Thap Province]. *Tạp chí Khoa học trường Đại học Cần Thơ*, 35(2014), 32-39.
- Vo, L. T. T. (2016). Nghiên cứu chuỗi giá trị ngành hàng trái cây vùng Đồng bằng sông Cửu Long [Research on the value chain of the fruit industry in the Mekong Delta]. In H. V. Le & V. B. Nguyen (Eds.), *Cơ sở khoa học cải thiện năng suất và chất lượng cây ăn trái vùng Đồng bằng sông Cửu Long [Scientific basis for improving yield and quality of fruit trees in the Mekong Delta]* (p. 320). Can Tho, Vietnam: Nhà xuất bản Đại học Cần Thơ.
- Vo, L. T. T., & Nguyen, S. P. (2013). Giải pháp nâng cấp chuỗi giá trị gạo đặc sản “ST5” tỉnh Sóc Trăng [Solution to upgrade the value chain of specialty rice “ST5” Soc Trang Province]. *Tạp chí Khoa học trường Đại học Cần Thơ*, 27(2013), 25-33.
- Vo, L. T. T., & Nguyen, S. P. (2015). Chuỗi giá trị lúa gạo vùng đồng bằng sông Cửu Long [Rice value chain in the Mekong Delta]. In D. T. Vo (Ed.), *Phân tích chuỗi giá trị các sản phẩm nông nghiệp ở đồng bằng sông Cửu Long [Value chain analysis of agricultural products in the Mekong River Delta]* (pp. 16-24). Can Tho, Vietnam: Nhà xuất bản Đại học Cần Thơ.
- Vo L. T. T., & Nguyen, S. P. (2016). *Giáo trình Phân tích chuỗi giá trị sản phẩm (Ứng dụng trong lĩnh vực nông nghiệp) [Textbook of Product Value Chain Analysis (Applied in the field of agriculture)]*. Can Tho, Vietnam: Nhà xuất bản Đại học Cần Thơ.

