

PHÂN TÍCH THỰC TRẠNG VÀ GIẢI PHÁP NÂNG CẤP CHUỖI GIÁ TRỊ CÂY QUÝT HỒNG LAI VUNG TỈNH ĐỒNG THÁP

SITUATION ANALYSIS AND SOLUTIONS UPGRADING MADARIN ORANGE VALUES CHAIN LAI VUNG DISTRICT, DONG THAP PROVINCE

Ngày nhận bài: 11/07/2018

Ngày chấp nhận đăng: 03/12/2018

Nguyễn Xuân Trường, Lê Văn Trung Trục

TÓM TẮT

Quýt Hồng Lai Vung với lợi thế về địa lý thổ nhưỡng đặc thù, có lợi thế cạnh tranh so với các cây trồng khác. Tuy nhiên tình trạng được mùa rớt giá vẫn diễn ra, sản xuất kinh doanh Quýt Hồng còn bấp bênh. Nghiên cứu này dựa vào lý thuyết chuỗi giá trị của Kaplinsky & Morris (2001), liên kết chuỗi giá trị (ValueLinks) của Eschborn GTZ (2007). Mục tiêu nghiên cứu là phân tích chuỗi giá trị và đề xuất giải pháp phát triển Quýt Hồng Lai Vung, tỉnh Đồng Tháp. Kết quả nghiên cứu cho thấy chuỗi giá trị Quýt Hồng với 3 công đoạn, 5 khâu, và 9 kênh tiêu thụ. Giá trị gia tăng và giá trị gia tăng thuần của từng tác nhân, từng kênh và toàn chuỗi đạt mức khá. Tuy nhiên liên kết dọc và ngang chưa chặt, lợi ích giữa các tác nhân còn chưa hài hòa. Do vậy cần đầu tư khoa học kỹ thuật để giảm giá thành, tăng cường liên kết giữa các tác nhân bằng các hợp đồng hợp tác, hỗ trợ từ khâu đầu vào, sản xuất, thu gom, sơ chế, mở rộng kênh phân phối và thị trường, đa dạng hóa sản phẩm và hỗ trợ của nhà nước.

Từ khóa: Chuỗi giá trị, giá trị gia tăng, Quýt Hồng, Lai Vung Đồng Tháp..

ABSTRACT

Citrus reticulata has various competitive advantages compared to other plants. However, production and distribution of Citrus reticulata have still been in difficult situation due to fluctuations in quantity and price. The study applied the value chain approach of Kaplinsky & Morris (2001), the ValueLinks method of GTZ (2007). The research objective is analysing Idor Longan's value chain and propose appropriate solutions for sustainable development of Citrus reticulata in Lai Vung district, Dong Thap province. The research results show that the added value and net added value from each chain actor, channel and the whole chain are rather to high. Nevertheless, the vertical and horizontal links are not tightly bound and the outcomes are not harmonious. It is therefore necessary to apply technology and strengthen linkages between all variables through cooperation contracts, support from raw materials, production, collection, preliminary processing, distribution and marketing, diversification of products and support of the Authorities. Especially promote directly from exporters firms and retailers outside the province with farmers by contracts and according to market demand.

Keywords: Value chain, added value, net added value, Citrus reticulata, Lai Vung Dong Thap

1. Giới thiệu

Phân tích chuỗi giá trị và tổ chức sản xuất theo chuỗi giá trị là chìa khóa để giải quyết tình trạng bấp bênh “được mùa mất giá” trong nông nghiệp hiện nay. Quýt Hồng là cây trồng chủ lực của huyện Lai Vung, tỉnh Đồng Tháp, trong những năm qua tuy đã đạt những thành công nhất định, song chi phí còn khá cao, từ các khâu trồng trọt, thu gom sơ chế và tiêu thụ còn thiếu sự liên kết chặt chẽ,

lợi ích của các bên trong chuỗi giá trị chưa được hài hòa, chính vì thế giá trị gia tăng tạo ra chưa thật cao và còn thiếu bền vững. Đề tài này được thực hiện với mục tiêu (1) Đánh giá thực trạng sản xuất Quýt Hồng Lai Vung, tỉnh Đồng Tháp; (2) Xác định các yếu tố

Nguyễn Xuân Trường, Trường Đại học Tài chính – Marketing
Lê Văn Trung Trục, Sở Giáo dục và Đào tạo tỉnh Đồng Tháp

tham gia và phân tích kinh tế, đánh giá hiệu quả chuỗi giá trị Quýt Hồng Lai Vung; (3) Đề xuất các giải pháp nâng cấp chuỗi giá trị nhằm góp phần phát triển cây Quýt Hồng Lai Vung tỉnh Đồng Tháp.

2. Phương pháp nghiên cứu

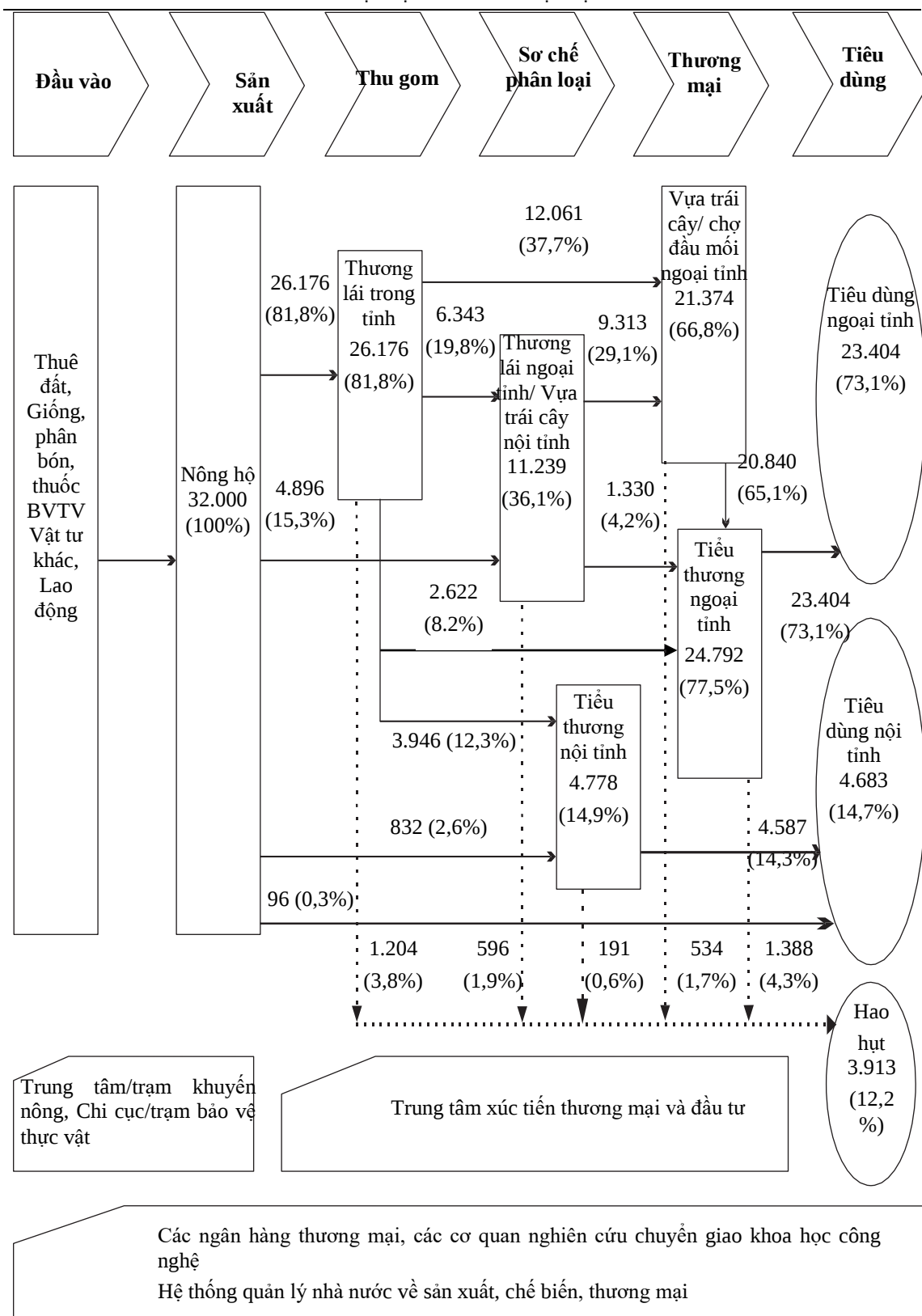
Nghiên cứu này áp dụng lý thuyết liên kết chuỗi giá trị (ValueLinks) của Eschborn GTZ (2007). Quy trình nghiên cứu được thực hiện qua các bước: Lập sơ đồ chuỗi giá trị; Lượng hoá phân tích chi tiết chuỗi giá trị; Phân tích kinh tế chuỗi giá trị (chi phí – giá trị gia tăng); Phân tích cơ hội và thách thức nâng cấp chuỗi giá trị; Thiết lập các giải pháp nâng cấp chuỗi giá trị, phát triển bền vững. Với cách tiếp cận tư duy biện chứng, đề tài sử dụng bảng khảo sát để thu thập dữ liệu.

Nghiên cứu bắt đầu bằng việc tìm hiểu bản chất của chuỗi giá trị Quýt Hồng Lai Vung tỉnh Đồng Tháp, quá trình vận động, tương tác giữa các nhóm tác nhân, giữa chuỗi giá trị và hệ thống chính sách tác động đến nó. Các công cụ điều tra thống kê, phân tích chi phí – lợi nhuận (cost and return analysis), phân tích giá trị gia tăng (value added analysis) cho từng công đoạn (khâu) và toàn bộ chuỗi giá trị. Phân tích chuỗi bao gồm phân tích chức năng chuỗi, tác nhân tham gia chuỗi, kênh thị trường và hỗ trợ thúc đẩy chuỗi. Phân tích kinh tế chuỗi bao gồm phân tích: Chi phí trung gian (IC); Doanh thu (P); Giá trị gia tăng (VA) là thước đo về giá trị được tạo ra; Giá trị gia tăng thuần tức lợi

nhuận thuần (NVA) của mỗi tác nhân và của toàn chuỗi. Với việc phân tích chuỗi giá trị ngành hàng Quýt Hồng Lai Vung, tỉnh Đồng Tháp, đề tài tập trung vào phân tích lợi thế so sánh từ các chỉ số VA/IC và NVA/IC do sản phẩm chủ yếu sử dụng nguồn lực nội tại của tỉnh Đồng Tháp như: đất đai, lao động, vốn, ít lệ thuộc vào nguồn lực bên ngoài.

Địa bàn nghiên cứu và quan sát mẫu: Quýt Hồng tập trung ở 3 xã Tân Phước (376ha), Long Hậu (306ha), Tân Thành (90 ha), chiếm hơn 95% diện tích và sản lượng. Với phương pháp chọn mẫu phi ngẫu nhiên có điều kiện (diện tích trung bình > 0,62 ha/hộ và sản xuất trên 5 năm trở lên) được sử dụng trong việc chọn mẫu nông hộ kinh doanh. Đối với nông hộ trồng mới, nghiên cứu quyết định lấy mẫu ở mức 20 hộ (70% Nông hộ trồng mới, diện tích trồng mới); Nông hộ sản xuất khảo sát 100 hộ (8% tổng số nông hộ, diện tích). Các tác nhân thương lái, tiểu thương chọn mẫu phi xác suất có điều kiện với dòng sản lượng lớn theo chiều dọc chuỗi từ khâu sản xuất thu gom, phân phối đến tiêu dùng. Nghiên cứu đã thu thập tổng cộng 290 phiếu khảo sát, trong đó: Nông hộ quýt hồng trồng mới: 20; Nông hộ quýt hồng kinh doanh: 100; Thương lái trong và ngoài tỉnh 20; Nông hộ trồng quýt nay đã nghỉ: 10; Người bán lẻ: 40; Người tiêu dùng: 100.

TRƯỜNG ĐẠI HỌC KINH TẾ - ĐẠI HỌC ĐÀ NẴNG



Hình 1: Sơ đồ chuỗi giá trị quyết hồng Lai Vung – Đồng Tháp năm 2018

Bảng 1: Hạch toán kinh tế chuỗi giá trị cây Quýt Hồng Lai Vung

Khoản mục	Nông hộ	Thương lái nội tỉnh	Thương lái ngoại tỉnh	Vừa đầu mỗi ngoại tỉnh	Tiểu thương chợ nội tỉnh	Tiểu thương chợ ngoại tỉnh	Tổng cộng
Kênh 1: Nông hộ → Thương lái nội tỉnh → Vừa ngoại tỉnh → Tiểu thương chợ ngoại tỉnh							
Giá bán - P (triệu đ/tấn)	19,650	21,220		25,350		29,800	96,020
Chi phí trung gian - IC (triệu đ/tấn)	2,475	19,650		23,215		26,685	72,025
Giá trị gia tăng - VA (triệu đ/tấn)	17,175	1,570		2,135		3,115	23,995
Chi phí tăng thêm - AC (triệu đ/tấn)	14,165	616		1,675		2,050	18,506
Giá trị gia tăng thuần - NVA (triệu đ/t)	3,010	954		460		1,065	5,489
NVA tác nhân/NVA kênh theo tấn (%)	55.8%	17.7%		8.1%		18.4%	100%
Sản lượng từng tác nhân (tấn)	12,643	12,061		11,760		11,101	47,565
NVA từng tác nhân (tỷ đồng)	39,193	11,506		5,410		11,823	67,923
Kênh 2: Nông hộ → Thương lái nội Tỉnh → Thương lái ngoại Tỉnh → Vừa ngoại tỉnh → Tiểu Thương ngoại tỉnh							
Giá bán - P (triệu đ/tấn)	19,650	20,050	24,500	25,350		29,800	119,350
Chi phí trung gian - IC (triệu đ/tấn)	2,475	19,650	20,050	24,376		26,685	93,236
Giá trị gia tăng - VA (triệu đ/tấn)	17,175	400	4,450	974		3,115	26,114
Chi phí tăng thêm - AC (triệu đ/tấn)	14,165	330	4,139	583		2,050	21,267
Giá trị gia tăng thuần - NVA (triệu đ/t)	2,998	70	311	391		1,065	4,835
NVA tác nhân/NVA kênh theo tấn (%)	64.4%	1.5%	6.4%	7.6%		20.1%	100.0%
Sản lượng từng tác nhân (tấn)	5,818	5,550	5,257	5,125		4,838	26,588
NVA từng tác nhân (tỷ đồng)	17,442	0,389	1,635	2,004		5,152	26,622
Kênh 3: Nông hộ → Thương lái Ngoại tỉnh → Vừa ngoại tỉnh → Tiểu thương chợ ngoại tỉnh							
Giá bán - P (triệu đ/tấn)	20,100		24,500	25,350		29,800	99,750
Chi phí trung gian - IC (triệu đ/tấn)	2,498		20,100	24,376		26,685	73,659
Giá trị gia tăng - VA (triệu đ/tấn)	17,602		4,400	974		3,115	26,091
Chi phí tăng thêm - AC (triệu đ/tấn)	14,154		4,139	583		2,050	20,926
Giá trị gia tăng thuần - NVA (triệu đ/t)	3,448		261	391		1,065	5,165
NVA tác nhân/NVA kênh theo tấn (%)	68.1%		5.2%	7.3%		19.4%	100%
Sản lượng từng tác nhân (tấn)	4,283		4,056	3,955		3,734	16,028
NVA từng tác nhân (tỷ đồng)	14,768		1,059	1,546		3,977	21,350
Kênh 4: Nông hộ → Thương lái nội tỉnh → Tiểu thương chợ nội tỉnh							
Giá bán - P (triệu đ/tấn)	19,650	21,540			24,610		65,800
Chi phí trung gian - IC (triệu đ/tấn)	2,475	18,668			21,688		42,831
Giá trị gia tăng - VA (triệu đ/tấn)	17,175	2,873			2,922		22,970
Chi phí tăng thêm - AC (triệu đ/tấn)	14,165	20,682			1,675		36,522
Giá trị gia tăng thuần - NVA (triệu đ/t)	3,010	858			1,247		5,115
NVA tác nhân/NVA kênh theo tấn (%)	59.5%	17.0%			23.5%		100%
Sản lượng từng tác nhân (tấn)	4,136	3,946			3,788		11,870
NVA từng tác nhân (tỷ đồng)	12,449	3,386			4,724		20,559
Kênh 5: Nông hộ → Thương lái nội tỉnh → Tiểu thương chợ ngoại tỉnh							
Giá bán - P (triệu đ/tấn)	19,650	21,540				29,800	70,990
Chi phí trung gian - IC (triệu đ/tấn)	2,475	18,668				4,017	25,160
Giá trị gia tăng - VA (triệu đ/tấn)	17,175	2,873				5,783	25,831
Chi phí tăng thêm - AC (triệu đ/tấn)	14,165	20,682				2,050	36,897
Giá trị gia tăng thuần - NVA (triệu đ/t)	3,010	858				3,733	7,601
NVA tác nhân/NVA kênh theo tấn (%)	40.5%	11.5%				47.9%	100%
Sản lượng từng tác nhân (tấn)	2,748	2,622				2,475	7,845
NVA từng tác nhân (tỷ đồng)	8,271	2,250				9,293	19,814

Kênh 6: Nông hộ → Tiểu thương chợ nội tỉnh							
Giá bán - P (triệu đ/tấn)	17,600				24,610		42,210
Chi phí trung gian - IC (triệu đ/tấn)	2,375				17,600		19,975
Giá trị gia tăng - VA (triệu đ/tấn)	15,225				7,010		22,235
Chi phí tăng thêm - AC (triệu đ/tấn)	12,125				5,514		17,639
Giá trị gia tăng thuần - NVA (triệu đ/t)	3,100				1,496		4,596
NVA tác nhân/NVA kênh theo tấn (%)	67,4%				32,6%		100%
Sản lượng từng tác nhân (tấn)	832				799		1.631
NVA từng tác nhân (tỷ đồng)	2,579				1,195		3,774
Kênh 7: Nông hộ → Thương lái nội tỉnh → Thương lái ngoại tỉnh → Tiểu thương chợ ngoại tỉnh							
Giá bán - P (triệu đ/tấn)	19,650	20,050	25,300			29,800	94,800
Chi phí trung gian - IC (triệu đ/tấn)	2,475	19,650	22,055			25,351	69,531
Giá trị gia tăng - VA (triệu đ/tấn)	17,175	400	3,245			4,449	25,269
Chi phí tăng thêm - AC (triệu đ/tấn)	14,165	330	24,927			3,599	43,021
Giá trị gia tăng thuần - NVA (triệu đ/t)	2,998	70	373			850	4,291
NVA tác nhân/NVA kênh theo tấn (%)	71,5%	1,7%	8,5%			18,3%	100%
Sản lượng từng tác nhân (tấn)	830	792	750			708	3.080
NVA từng tác nhân (tỷ đồng)	2,488	0,055	0,280			0,602	3,425
Kênh 8: Nông hộ → Thương lái ngoại tỉnh → Tiểu thương chợ ngoại tỉnh							
Giá bán - P (triệu đ/tấn)	20,100		24,500			29,800	74,400
Chi phí trung gian - IC (triệu đ/tấn)	2,498		20,050			22,816	45,364
Giá trị gia tăng - VA (triệu đ/tấn)	17,602		4,450			6,984	29,036
Chi phí tăng thêm - AC (triệu đ/tấn)	14,154		24,189			5,734	44,077
Giá trị gia tăng thuần - NVA (triệu đ/t)	3,448		311			1,250	5,009
NVA tác nhân/NVA kênh theo tấn (%)	69,8%		6,3%			23,9%	100,0%
Sản lượng từng tác nhân (tấn)	612		580			547	1.739
NVA từng tác nhân (tỷ đồng)	2,110		0,180			0,684	2,974
Kênh 9: Nông hộ → Người tiêu dùng							
Giá bán - P (triệu đ/tấn)	20,000						20,000
Chi phí trung gian - IC (triệu đ/tấn)	2,375						2,375
Giá trị gia tăng - VA (triệu đ/tấn)	17,625						17,625
Chi phí tăng thêm - AC (triệu đ/tấn)	14,165						14,165
Giá trị gia tăng thuần - NVA (triệu đ/t)	3,460						3,460
NVA tác nhân/NVA kênh theo tấn (%)	100%						100%
Sản lượng từng tác nhân (tấn)	96						96
NVA từng tác nhân (tỷ đồng)	0,332						0,332
Tổng hợp chuỗi giá trị							
Sản lượng bán của các tác nhân trong toàn chuỗi (tấn)	32.000	24.971	10.643	20.840	4.587	23.403	116.444
Tổng NVA từng tác nhân toàn chuỗi (tỷ đồng)	98,5	18,4	3,3	9,2	6,2	33,3	168,9
Tỷ lệ NVA từng tác nhân trong toàn chuỗi (%)	58,3%	10,9%	2,0 %	5,4%	3,6%	19,7%	100%

3. Kết quả nghiên cứu

3.1. Mô tả chuỗi giá trị

Chuỗi giá trị Quýt Hồng Lai Vung Đồng Tháp có tổng sản lượng 32.000 tấn (cục thống kê Đồng Tháp, 2017), bắt đầu từ yếu tố đầu vào (giống, đất đai, vật tư nông nghiệp...) đến quá trình sản xuất (trồng trọt), thu gom sơ chế, thương mại và kết thúc ở tiêu thụ (xuất khẩu và nội tiêu) và qua 5 tác

nhân với 9 kênh (Hình 1). *Chức năng đầu vào*: gồm việc cung cấp giống, phân bón, thuốc bảo vệ thực vật, nhiên liệu bơm tưới nước, trang thiết bị, máy móc, công cụ lao động do các đại lý vật tư nông nghiệp trên địa bàn cung cấp. *Chức năng sản xuất*: do nông hộ đảm nhận, bao gồm các hoạt động từ khâu làm đất, trồng cây, xử lý ra hoa và chăm sóc đến khi thu hoạch. *Chức năng thu mua*: các tác nhân mua trực tiếp từ nông hộ

chủ yếu tập trung vào thương lái nội tỉnh: 26.176 tấn (chiếm 81,8%); thương lái ngoại tỉnh (bao gồm Vừa Nội tỉnh): 4.896 tấn (chiếm 15,3%); Tiểu thương chợ nội tỉnh: 832 tấn (chiếm 2,6%) và người tiêu dùng mua trực tiếp 96 tấn (chiếm 0,3%). *Chức năng thương mại*: Tổng sản lượng các tác nhân bán ra là 116.444 tấn, sản lượng hao hụt do hư hỏng bị loại bỏ và giảm cân tự nhiên trong quá trình vận chuyển, bảo quản, tiêu thụ là 3.913 tấn (chiếm 12,2%) còn khá lớn.

Xét về cấu trúc kênh, chuỗi giá trị Quýt Hồng Lai Vung có 9 kênh, trong đó kênh dài nhất qua tay 5 tác nhân (kênh 2) và kênh ngắn nhất nông dân bán trực tiếp cho người tiêu dùng và khách du lịch (kênh 9). Sản lượng tiêu thụ tập trung vào 4 kênh chính (chiếm 84%), gồm kênh 1 chiếm 39,5%; Kênh 2 chiếm 17,2%; Kênh 3 chiếm 13,3% và kênh 4 chiếm 13,5% tổng sản lượng toàn chuỗi (Bảng 1).

Xét về thị trường, Quýt Hồng phụ thuộc vào thị trường ngoại tỉnh là chủ yếu, trong đó đầu mối là thành phố Hồ Chí Minh, tiêu thụ nội tỉnh chỉ đạt 14,7% sản lượng. Một phần tiêu ngạch xuất sang Campuchia và từ thị trường TP. Hồ Chí Minh xuất khẩu sang Trung Quốc một lượng nhỏ, song chỉ mang tính thời điểm và phụ thuộc rất nhiều vào thị trường, không ổn định cả về sản lượng và về kênh nên không được coi là tác nhân trong chuỗi và không đưa vào nghiên cứu. Quýt Hồng thu hoạch vào dịp tết nguyên đán, được Việt kiều ưa chuộng nên có tiềm năng xuất khẩu sang thị trường có nhiều Việt kiều.

3.2. Phân tích kinh tế chuỗi giá trị

Chi phí và giá trị gia tăng: Xét về cơ cấu chi phí, kết quả nghiên cứu cho thấy mức độ sử dụng nguồn vốn đầu tư cho sản xuất kinh doanh của từng tác nhân chiếm một mức khá lớn (gần 20%) cho mỗi tác nhân. Dòng sản lượng qua tác nhân Nông hộ sản xuất (100%), Tiểu thương Ngoại tỉnh (73,1%) nên

sử dụng vốn đầu tư lớn, thâm dụng vốn cao, có lẽ vì vậy mà có đến 80% số nông hộ phải vay vốn ngân hàng. Chi phí tài chính toàn chuỗi khá cao làm giảm khả năng cạnh tranh và chiến lược đầu tư sản xuất kinh doanh trong thời gian dài nhất là với Nông Hộ, tác nhân đòi hỏi vốn nhiều và thời gian dài.

Xét về hiệu quả, chuỗi giá trị Quýt Hồng có hiệu quả cao với tổng giá trị gia tăng thuần NVA (lợi nhuận) toàn chuỗi đạt 166,782 tỷ, trong đó, Nông hộ 99,632 tỷ đồng chiếm 59,7%; Tiểu thương Ngoại tỉnh 31,531 tỷ chiếm 18,9%; Thương lái Nội tỉnh 17,586 tỷ, chiếm 10,5%; Vừa đầu mối Ngoại tỉnh 8,96 tỷ chiếm 5,4%; Tiểu thương Nội tỉnh 5,919 tỷ, chiếm 3,6% và Thương lái Ngoại tỉnh 3,154 tỷ, chiếm 1,9%. Kết quả nghiên cứu cho thấy tỷ lệ lợi nhuận của Thương lái Ngoại tỉnh và Vừa ngoại tỉnh so với toàn chuỗi khá thấp, song đây là những tác nhân không chỉ chuyên về quýt hồng mà họ còn kinh doanh nhiều loại trái cây khác nên cũng hợp lý. Tỷ lệ hao hụt còn khá cao cũng làm giảm hiệu quả và đòi hỏi phải có giải pháp chăm sóc tốt, thu hoạch đúng độ chín, rút ngắn thời gian từ nông hộ đến tiêu thụ, củng cố khâu sơ chế, bảo quản để giảm hao hụt.

Giá trị gia tăng, lợi thế so sánh: Về hiệu quả kinh tế, kết quả nghiên cứu cho thấy đối với tác nhân nông hộ, chỉ số P/IC đạt mức rất cao (từ 7,4 ở kênh 5 đến 8,4 ở kênh 9), lớn hơn 1 nhiều ($>>1$) thể hiện hiệu quả sử dụng nguồn lực tại địa phương như đất đai, lao động và vốn vào sản xuất quýt hồng của nông dân rất hiệu quả. So sánh giữa các tác nhân thì nông hộ đạt mức P/IC cao nhất, tiếp đến là tiểu thương chợ ngoại tỉnh, tiểu thương chợ nội tỉnh, thương lái nội tỉnh và vừa đầu mối ngoại tỉnh. Tuy nhiên xét về qui mô thì từng nông hộ và tiểu thương chợ có sản lượng qua tay thấp nên tỷ lệ phải cao hơn tác nhân khác.

Chi phí trung gian (IC) và chi phí tăng thêm (AC) biến động khá nhiều giữa các kênh và phụ thuộc vào số tác nhân trong kênh. Chi phí trung gian thấp nhất là 2,375 triệu/tấn ở kênh 9 đến 93,236 triệu/tấn ở kênh 2. Tương tự tăng thêm thấp nhất là 14,165 triệu/tấn ở kênh 9 và cao nhất đạt 44,077 triệu/tấn ở kênh 8 (Bảng 1). Kết quả tính toán ghi nhận chỉ số VA/IC; NVA/AC đạt mức khá. Điều này thể hiện hiệu quả đầu tư vào ngành hàng quýt hồng này có hiệu quả cao, đem lại giá trị gia tăng cao cho xã hội. Kết quả nghiên cứu cho thấy giá trị gia tăng (VA) tạo ra từ 17,625 triệu/tấn ở kênh 9 đến 29,036 triệu/tấn ở kênh 8, đạt mức cao (Bảng 1). Giá trị gia tăng thuần (NVA) tạo ra ở các kênh từ 3,460 triệu/tấn ở kênh 9 đến 7,601 triệu/tấn ở kênh 5, cũng ở mức khá cao. Kết quả này thể hiện quýt hồng là ngành hàng đem lại giá trị gia tăng và giá trị gia tăng thuần khá cao cho xã hội. So sánh tương quan giữa các kênh thì kênh càng ngắn (ít tác nhân) tạo ra giá trị gia tăng và giá trị gia tăng thuần thấp hơn so với kênh dài.

Kết quả tổng hợp chuỗi ghi nhận nông hộ tham gia vào tất cả 9 kênh, tiêu thụ 32.000 tấn, tổng giá trị gia tăng thuần đạt 98,5 tỷ, chiếm 58,3%. Tác nhân thương lái ngoại tỉnh tiêu thụ 23.403 tấn, đem lại 33,3 tỷ giá trị gia tăng thuần, chiếm 19,7% toàn chuỗi (Bảng 1). Kết quả nghiên cứu cho thấy các kênh ngoại tỉnh có giá bán cao và đem lại tổng giá trị gia tăng cao nhất. Đây là các kênh có mức hiệu quả kinh tế khá cao, cần được đẩy mạnh trong thời gian tới để đưa sản lượng qua kênh này nhiều hơn nhằm tạo ra giá trị gia tăng cho xã hội. Kết quả nghiên cứu cũng cho thấy các kênh nội tỉnh có giá trị gia tăng và giá trị gia tăng thuần cho từng tác nhân cao nhất. Các kênh nông dân bán trực tiếp cho người tiêu dùng hay chỉ có sự tham gia của 2 đến 3 tác nhân thì giá trị gia tăng và lợi nhuận thuần của các tác nhân đạt cao, song sản lượng tiêu thụ qua kênh này còn hạn chế.

Quan hệ liên kết trong chuỗi giá trị: Các tác nhân liên kết dọc với nhau trong chuỗi mang tính thời điểm, đứt đoạn cả trong quá trình sản xuất, chế biến và thương mại. Tác nhân của chuỗi chỉ có quan hệ trực tiếp với tác nhân cung cấp yếu tố đầu vào và tác nhân thu mua sản phẩm đầu ra. Phương thức mua và bán chủ yếu là cam kết miệng, không áp dụng cơ chế hợp đồng kinh tế ràng buộc một cách chặt chẽ. Phần lớn việc mua bán do người mua nắm vai trò quyết định, cơ chế thỏa thuận có chiều hướng tăng nhưng chưa cao và hiện đạt dưới 20% tổng thương vụ mua bán. Liên kết giữa nông hộ và thương lái là dạng liên kết tương đối chặt chẽ. Nhiều nông hộ có mối quan hệ mạng lưới với thương lái để ổn định đầu ra. Bên cạnh đó, hình thức quan hệ tại thời điểm vẫn chiếm số lượng tương đối lớn, nhất là khi giá tăng, nông hộ sẽ lựa chọn nơi bán để có lợi ích tài chính tốt nhất. Tác nhân Vừa ngoại tỉnh có khả năng điều phối việc cung ứng sản phẩm quýt hồng ra thị trường.

Liên kết giữa thương lái với vừa chủ yếu dưới quan hệ mạng lưới và mức độ liên kết khá chặt, song đôi khi cũng có quan hệ thời điểm. Liên kết chợ ngoại tỉnh và thương lái là liên kết không chặt. Nhìn chung, liên kết giữa các tác nhân là khá lỏng lẻo, chưa mang tính hệ thống, không có xây dựng cơ chế để hỗ trợ rõ ràng, chính sách giá áp dụng thường theo thời điểm và sự biến động giá là tác nhân ảnh hưởng trực tiếp và mạnh nhất đến sự liên kết giữa các tác nhân, thậm chí dẫn đến tranh mua, phá giá lẫn nhau. Tuy nhiên, trong các quan hệ liên kết của mình, tác nhân thường có sự đa dạng hóa đầu vào và đầu ra.

Liên kết ngang giữa các tác nhân cùng nhóm cũng đã có nhưng chưa thật sự rõ nét và khá lỏng lẻo. Liên kết trong sản xuất chủ yếu là các hình thức thông qua đoàn thể Hội Nông dân, Hội làm vườn,... chỉ dừng ở việc hình thành hợp tác xã, còn hình thức hợp tác xã tổng hợp bao gồm cả sản xuất, thu mua và

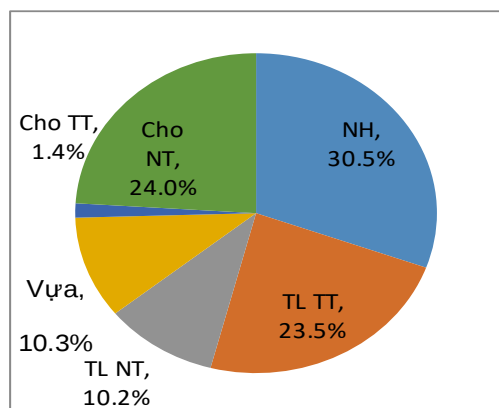
thương mại mới chỉ dừng ở ý tưởng chứ chưa thành hiện thực. Chưa có tiêu chuẩn cho quýt hồng Lai Vung và các hình thức hợp tác bằng hợp đồng nên chưa khuyến khích được nông hộ áp dụng mô hình canh tác theo VietGAP, GlobalGAP và các tác nhân cùng hướng tới chuỗi giá trị bền vững.

3.3. Những tồn tại và nguyên nhân:

Quy mô sản xuất của nông hộ còn nhỏ, manh mún, trồng xen, trồng dặm, trồng dày còn phổ biến, diện tích canh tác trung bình nông hộ là 0,62ha/hộ. Dịch bệnh xảy ra làm quýt hồng thối rữa chết cây còn nhiều. Việc sản xuất theo tiêu chuẩn chất lượng còn hạn chế, hơn 65% diện tích chưa áp dụng VietGAP, GlobalGAP hay các tiêu chuẩn quản lý chất lượng... Nguyên nhân là sự liên kết cùng hỗ trợ nhau và áp dụng khoa học kỹ thuật vào sản xuất còn kém, vai trò của tổ hợp tác liên kết sản xuất và hợp tác xã còn mờ nhạt. Sản phẩm quýt hồng hiện nay chỉ là trái tươi nên rất đơn điệu. Tổ chức bộ máy để hỗ trợ cho sản xuất, phát triển đa dạng hóa sản phẩm, cũng như việc hỗ trợ nâng cao liên kết trong chuỗi chưa được đầu tư và hoạt động hiệu quả, cũng như mong đợi. Thiếu các cơ sở phục vụ ngay sau khi thu hoạch: Hệ thống kho lạnh, sơ chế, bảo quản tại chỗ

còn ít so với nhu cầu, khiến việc vận chuyển đi xa nơi sản xuất làm ảnh hưởng đến chất lượng, cũng như tiêu thụ.

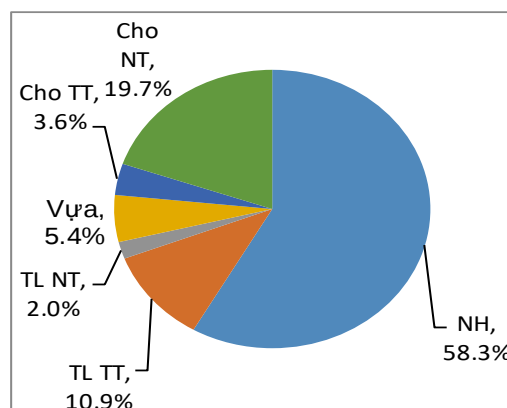
Hệ thống thông tin thị trường còn yếu và không có hệ thống nên thực tế giá trao đổi phần lớn dựa vào thông tin về giá từ người mua đưa ra. Hình thức thỏa thuận trước thông qua hợp đồng hiện chỉ chiếm dưới 20%. Thị trường tiêu thụ lệ thuộc vào thành phố Hồ Chí Minh. Sản lượng quýt hồng xuất sang Campuchia hay Trung Quốc hiện rất ít và không ổn định. Chưa có doanh nghiệp tham gia đủ sức thể hiện được vai trò đầu tàu trong chuỗi ngành hàng. Các vựa trái cây ngoại tỉnh có vai trò quan trọng trong việc tiêu thụ, song lại cùng lúc kinh doanh nhiều mặt hàng và quýt hồng chiếm tỷ lệ khá nhỏ và thường theo mùa vụ nên không được quan tâm đúng mức. Các hình thức liên kết dọc giữa các tác nhân trong chuỗi hầu như chưa phát triển mạnh và chưa có hệ thống. Chưa thật sự có liên kết trong sản xuất, thu gom cung ứng và tiêu thụ sản phẩm. Hệ thống hạ tầng hỗ trợ xúc tiến thị trường còn thiếu và yếu. Tổ hợp tác và hợp tác xã chưa phát triển và chưa thể hiện được vai trò của pháp nhân tham gia ký kết các hợp đồng tiêu thụ sản phẩm.



NH: Nông hộ

TLTT: Thương lái trong tỉnh

TLNT: Thương lái ngoại tỉnh



Vựa: Vựa trái cây đầu mối ngoại tỉnh

ChoTT: Tiểu thương trong tỉnh

ChoNT: Tiểu thương ngoại tỉnh

Hình 1: Cơ cấu chi phí, lợi nhuận toàn chuỗi

3.4. Giải pháp nâng cấp chuỗi giá trị Quýt Hồng Lai Vung– Đồng Tháp

Chuỗi giá trị quýt hồng Lai Vung đã hình thành và có vai trò quan trọng trong ngành hàng thời gian qua. Tuy vậy chuỗi này vẫn còn nhiều điểm tồn tại và cần nhiều giải pháp phối hợp một cách đồng bộ từ sản xuất, thị trường, liên kết... để nâng cấp, góp phần phát triển hiệu quả, bền vững.

Giải pháp trong công đoạn sản xuất:

Cần thực hiện ngay quy hoạch vùng sản xuất phù hợp thổ nhưỡng đặc tính Quýt Hồng Lai Vung. Nghiên cứu và ứng dụng gen và chiết ghép để cải thiện giống với phòng trừ dịch bệnh hại. Hiện tại qui mô sản xuất còn nhỏ, manh mún, trồng dày, trồng xen, trồng dặm năng suất và chất lượng chưa cao và không đồng đều, nhiều vườn già cỗi, chính vì vậy cần sự hỗ trợ của tỉnh, huyện để thúc đẩy thành lập các tổ hợp tác, hợp tác xã nhằm tạo liên kết, tăng qui mô vườn. Cần tăng cường đầu tư cải tạo vườn, trẻ hóa những vườn già, áp dụng quy trình sản xuất theo hướng VietGAP, GlobalGAP để nâng cao năng suất và chất lượng cũng như độ đồng đều, giảm hao hụt, giảm giá thành. Hiện tại dịch bệnh đang lan nhanh, cần hỗ trợ kỹ thuật để nông dân tăng năng suất, chất lượng. Nông dân cần tạo liên kết tốt ngay từ khâu đầu vào như giống, vật tư nông nghiệp, vốn vay thông qua tổ hợp tác hay hợp tác xã để đảm bảo có nguồn đầu vào đảm bảo chất lượng, chi phí hợp lý.

Giải pháp về sản phẩm và thị trường:

Hiện tại hầu hết Quýt Hồng Lai Vung tiêu thụ trái tươi mùa vụ phụ thuộc nhiều vào thị trường tiêu thụ, kết hợp đa dạng hóa sản phẩm như quýt sấy dẻo, quýt đóng hộp... kết hợp du lịch sinh thái và tận dụng các sản phẩm phụ từ Quýt Hồng để tạo giá trị cao hơn. Bên cạnh kênh chợ (truyền thống), cần mở rộng các kênh tiêu thụ hiện đại như siêu

thị để sản phẩm có độ phủ rộng hơn, tiếp cận với người tiêu dùng nhanh từ đó giảm bớt áp lực lên kênh chợ truyền thống. Tăng cường khâu xúc tiến thương mại, ứng dụng công nghệ 4.0 để giới thiệu, quảng bá sản phẩm nhằm mở rộng thị trường tiềm năng là Việt kiều. Phát triển mạnh thương hiệu Quýt Hồng Lai Vung để tạo niềm tin với người tiêu dùng. Ngoài kênh nội địa, cần sự hỗ trợ của Trung tâm xúc tiến thương mại của tỉnh, của bộ công thương và chính quyền huyện, tỉnh trong việc tiếp cận và thâm nhập thị trường nước ngoài. Ngoài ra, cần có sự hỗ trợ của các tác nhân hỗ trợ như khuyến nông, trung tâm xúc tiến thương mại, ngân hàng... trong tỉnh và các bộ ngành trong việc xây dựng thương hiệu gắn với xuất xứ địa lý cũng như truyền thông thương hiệu quýt hồng Lai Vung rộng rãi hơn nữa.

Giải pháp liên kết chuỗi: Tăng cường liên kết giữa các tác nhân theo chiều dọc và ngang bằng các tự thân cũng như hỗ trợ của huyện, tỉnh thông qua cơ chế hợp đồng, hợp tác, đầu tư và hỗ trợ lẫn nhau, đảm bảo hài hòa lợi ích giữa các tác nhân nhằm xây dựng được vùng sản xuất Quýt Hồng Lai Vung có năng suất cao, chất lượng tốt và đồng đều, giá cả ổn định. Tăng cường liên kết ngang thông qua sự tham gia tích cực và hỗ trợ hiệu quả của các tác nhân hỗ trợ trong khâu quản lý cũng như cung cấp dịch vụ công như sở nông nghiệp, trung tâm/trạm khuyến nông, hội nông dân/phụ nữ, ngân hàng, trung tâm xúc tiến thương mại, các cơ quan truyền thông... Tỉnh và Huyện cần có chính sách hỗ trợ trong việc xây dựng và vận hành các tổ hợp tác, hợp tác xã. Tăng cường đào tạo, bồi dưỡng nông hộ, các tác nhân và đội ngũ cán bộ quản lý hợp tác xã về chuyên môn kỹ thuật, quản lý, thị trường và tham gia trong chuỗi giá trị để chuỗi giá trị Quýt Hồng Lai Vung nâng cao được giá trị, hiệu quả và bền vững.

4. Kết luận

Quýt Hồng Lai Vung là sản phẩm đặc trưng gắn liền lợi thế thổ nhưỡng, đặc tính cây trồng vùng sản xuất tập trung ở Lai Vung Đồng Tháp, đem lại hiệu quả kinh tế cao. Chuỗi giá trị Quýt Hồng Lai Vung hiện đang vận hành thông qua 9 kênh với 5 tác nhân, trong đó có 4 kênh chính đã có đóng góp đáng kể trong sự phát triển của ngành hàng trong thời gian qua. Tuy nhiên chuỗi giá trị Quýt Hồng Lai Vung chưa bền vững, thể hiện ở cả liên kết ngang và dọc chưa chặt chẽ, lợi ích giữa các tác nhân trong các kênh và chuỗi chưa hài hòa, thông tin thị trường và quyết định trong các thương vụ còn chưa cân

xứng và phụ thuộc nhiều vào bên mua. Để nâng cấp chuỗi giá trị và phát triển cây Quýt Hồng, tỉnh Đồng Tháp cần tăng cường hỗ trợ để liên kết dọc và ngang giữa các tác nhân trong kênh và các tác nhân hỗ trợ. Cần phát huy vai trò của doanh nghiệp, tăng cường tìm kiếm thị trường và các kênh tiêu thụ mới qua các kênh hiện đại và xuất khẩu, tăng xây dựng thương hiệu, đa dạng hóa sản phẩm, tổ chức tốt từ khâu hỗ trợ vốn, sản xuất theo hướng GlobalGAP hay VietGAP, củng cố khâu thu gom, sơ chế và thương mại. Làm tốt các giải pháp trên, chắc chắn chuỗi giá trị Quýt Hồng Lai Vung sẽ nâng cấp được giá trị và phát triển bền vững.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Cục thống kê tỉnh Đồng Tháp. (2016). *Niên giám thống kê*. Phần Nông nghiệp.
- FAO. (2007). *Agro-industrial supply chain management: concepts and applications*.
- GTZ Eschoborn. (2007). *ValueLinks Manual: The Methodology of Value Chain Promotion*. First Edition.
- Lê Minh Tài. (2013). *Phân tích chuỗi giá trị và đề xuất giải pháp phát triển bền vững cây khóm huyện Tân Phước – Tỉnh Tiền Giang*. 64-96.
- M4P. (2008). *Marking value chains work better for the poor: A toolbook for practitioners of value chain analysis. A publication financed by the UK department for international development (DFID)*.
- Raphael Kaplinsky and Mike Morris. (2001). *A handbook for value chain research*. The Institute of Development Studies, University of Sussex. Brighton, United Kingdom.
- Raphael Kaplinsky and C. Manning. (1999). Concentration, competition policy and the role of small and medium sized enterprises in South Africa's Industrial Development. *Journal of Development Studies*, 35(1), 139-161.
- Sở nông nghiệp và phát triển nông thôn Đồng Tháp. (2014). Đề án tái cơ cấu ngành nông nghiệp tỉnh Đồng Tháp. 18-252.
- Trần Tiến Khai. (2012). Bài giảng phân tích chuỗi giá trị và ngành hàng, chính sách phát triển kinh tế. Trường Đại học Kinh tế TP. HCM. *Bài 18 Phân tích chuỗi giá trị ngành hàng*.
- UBND tỉnh Đồng Tháp. (2016). *Báo cáo tổng kết ngành nông nghiệp*.
- Võ Thị Thanh Lộc và Nguyễn Phú Sơn. (2011). Phân tích chuỗi giá trị lúa gạo vùng ĐBSCL. *Tạp chí NN & PTNT*. 9, 3-10.