



PHÂN TÍCH CHUỖI GIÁ TRỊ SẢN PHẨM KHÓM CỦA HỘ NGHÈO Ở TỈNH TIỀN GIANG

Nguyễn Quốc Nghi¹

¹ Khoa Kinh tế & Quản trị Kinh doanh, Trường Đại học Cần Thơ

Thông tin chung:

Ngày nhận: 25/03/2015

Ngày chấp nhận: 29/10/2015

Title:

Analyzing pineapple value chain of poor farm households in Tien Giang province

Từ khóa:

Chuỗi giá trị, khóm, nông hộ nghèo

Keywords:

Value chain, pineapple, poor farm households

ABSTRACT

The study was conducted to analyze the pineapple value chain of poor farm households in Tien Giang province. Research data were collected from 207 observations involved in the pineapple value chain. Research results indicate that the pineapple value chain of poor farm households in Tien Giang province are operated primarily through four main channels, including the major actors: poor farmers, traders, fruit granaries, businesses, retailers and wholesalers. The poor farm households are those who generate the highest value added in the pineapple value chain, followed by wholesalers in level 2 and businesses. The value added and net value added generated from the pineapple products strongly impact to the changes in income of poor pineapples planting households. The distribution of value added and net value added positively affected to incomes of those households in Tien Giang province.

TÓM TẮT

Nghiên cứu được thực hiện nhằm phân tích chuỗi giá trị sản phẩm khóm của nông hộ nghèo ở tỉnh Tiền Giang. Dữ liệu của nghiên cứu được thu thập từ 207 quan sát, là các tác nhân tham gia hoạt động trong chuỗi giá trị sản phẩm khóm. Kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng, chuỗi giá trị sản phẩm khóm của hộ nghèo ở tỉnh Tiền Giang được vận hành chủ yếu thông qua 4 kênh thị trường chính, bao gồm các tác nhân: nông hộ nghèo, thương lái, vựa, doanh nghiệp, bán buôn và bán lẻ. Nông hộ nghèo là tác nhân tạo ra giá trị gia tăng cao nhất trong chuỗi giá trị, kể đến là tác nhân bán buôn cấp 2 và doanh nghiệp. Giá trị gia tăng và giá trị gia tăng thuần được tạo ra từ sản phẩm khóm tác động rất lớn đến sự thay đổi thu nhập của nông hộ nghèo trồng khóm. Tỷ lệ phân phối giá trị gia tăng và giá trị gia tăng thuần cũng ảnh hưởng rất tích cực đến thu nhập của nông hộ nghèo trồng khóm ở tỉnh Tiền Giang.

1 ĐẶT VẤN ĐỀ

Những năm gần đây, phân tích chuỗi giá trị của một sản phẩm, một ngành hàng đã được nhiều nhà nghiên cứu và nhà quản lý ở Việt Nam quan tâm. Nhiều chuỗi giá trị nông sản như lúa gạo, chè, rau quả, thủy sản,... đã được nghiên cứu nhằm tìm ra cách nối kết thị trường tốt nhất và bền vững cho nông sản, nâng cao giá trị nhận được cho người sản

xuất. Phân tích chuỗi giá trị được xem là một công cụ hữu hiệu để giúp nhà quản lý đề ra các chính sách và chiến lược thích hợp để nâng cao lợi thế cạnh tranh cho nông sản cũng như tạo điều kiện tham gia thị trường cho người nghèo. Thực tế, các khái niệm về chuỗi giá trị đã được các học giả quốc tế đề cập từ rất sớm. Nguồn gốc của phân tích chuỗi giá trị xuất phát từ khái niệm “chuỗi”

(filière) ở Pháp những năm 1960 và khái niệm “chuỗi ngành hàng”(commodity chains) của Wallerstein (Raikes et al, 2000; Bair, 2005). Tuy nhiên, cụm từ “chuỗi giá trị” (value chain) được đề cập lần đầu tiên bởi Micheal Porter (1985) khi phân tích tính cạnh tranh của doanh nghiệp. Tiếp sau đó, Gereffi và Korzenniewicz (1994), Kaplinsky và Morris (2001) đã đưa ra phương pháp tiếp cận toàn cầu về chuỗi giá trị. Bên cạnh các nhà nghiên cứu độc lập, các tổ chức quốc tế như Food and Agriculture Organization (FAO), Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ), United Nations Industrial Development Organization (UNIDO) cũng đã thực hiện nhiều chương trình dự án nghiên cứu nông nghiệp theo cách tiếp cận chuỗi giá trị. Một trong những điểm chung về nội dung được chú trọng khi nghiên cứu về chuỗi giá trị của các tổ chức này chính là nghiên cứu chuỗi giá trị vì người nghèo, nâng cao khả năng gia nhập thị trường và cải thiện thu nhập cho người nghèo trên toàn thế giới. Tại Việt Nam, trong những năm qua, cũng đã có nhiều nghiên cứu về chuỗi giá trị của các tác giả được thực hiện với nhiều loại nông sản khác nhau: chuỗi giá trị chè của tác giả Trần Công Thắng (2004), chuỗi giá trị lúa gạo của tác giả Võ Thị Thanh Lộc (2009), chuỗi giá trị dứa của tác giả Trần Tiến Khai (2011), chuỗi giá trị táo-tỏi-nho của tác giả Nguyễn Phú Sơn, (2012), chuỗi giá trị xoài cát của tác giả Dương Ngọc Thành (2014),...

Tính đến cuối năm 2013, tỷ lệ hộ nghèo của tỉnh Tiền Giang là 6,33% (Cục Thống kê tỉnh Tiền Giang, 2014). Trong đó, một số “rón nghèo” của tỉnh có thể kể đến là vùng đất phèn Tân Phước và cù lao Tân Phú Đông. Vùng đất “khó” – Tân Phước với đặc tính nhiễm phèn nặng là một trong những bất lợi rất lớn đối với hoạt động sản xuất lương thực và các loại rau màu. Tuy nhiên, sự có mặt của cây khóm đã “đánh thức” sự trỗi dậy mạnh mẽ của vùng đất này. Nhờ có đặc tính chịu được phèn cao, cây khóm đã từng bước khẳng định vị thế chủ lực, là cây trồng giúp nông dân thoát nghèo và cải thiện đời sống. Tuy nhiên, cơ hội luôn đi đôi với thách thức. Người trồng khóm hiện nay đang đối mặt với những nhược điểm trong quá trình sản xuất, thu hoạch và phân phối. Đề cây khóm có thể trở thành cây trồng “thoát nghèo” bền vững cho người dân nghèo tại địa phương thì tất yếu phải có các nghiên cứu thực tiễn về chuỗi giá trị sản phẩm khóm của tỉnh Tiền Giang, các kết quả nghiên cứu sẽ cung cấp những thông tin khoa học có ý nghĩa thực tiễn, bổ sung vào các căn cứ đề xuất giải pháp

và xây dựng chiến lược nâng cấp chuỗi giá trị sản phẩm khóm cho nông hộ nghèo tại địa phương.

2 PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1 Cách tiếp cận nghiên cứu

Nghiên cứu được thực hiện dựa trên lý thuyết chuỗi giá trị của Kaplinsky và Morris (2001) và cách tiếp cận chuỗi giá trị của GTZ (2007) nhằm mục tiêu giải quyết 3 nội dung chủ yếu sau đây: Bước (1): Lập bản đồ chuỗi giá trị: nhằm định dạng các hoạt động sản xuất, kinh doanh của các tác nhân tham gia chuỗi và những mối liên kết của họ, cũng như các nhà hỗ trợ trong chuỗi giá trị này; Bước (2): Lượng hóa và mô tả chi tiết chuỗi giá trị: Dựa vào bản đồ chuỗi giá trị để lượng hóa các thông số của các bên tham gia chuỗi liên quan đến chủ thể, lượng sản xuất, tiêu thụ của các phân đoạn thị trường cụ thể trong chuỗi; Bước (3): Phân tích kinh tế đối với chuỗi giá trị, kết quả đánh giá như sau: Toàn bộ giá trị gia tăng (GTGT) được tạo ra trong chuỗi giá trị và sự phân phối GTGT của các giai đoạn khác nhau trong chuỗi; Chi phí trung gian (CPTG), chi phí sản xuất và chi phí tăng thêm (CPTT) tại mỗi giai đoạn trong chuỗi; Năng lực vận hành của các tác nhân tham gia chuỗi (năng lực sản xuất, sản lượng, lợi nhuận).

2.2 Phương pháp thu thập và phân tích số liệu

Phương pháp thu thập số liệu: Số liệu phục vụ nghiên cứu được thu thập bằng cách phỏng vấn trực tiếp các tác nhân có liên quan trong chuỗi giá trị sản phẩm khóm ở tỉnh Tiền Giang. Để đảm bảo tính đại diện của số liệu sơ cấp, tác giả sử dụng phương pháp chọn mẫu hạn ngạch (quota) có điều kiện theo cách tiếp cận liên kết chuỗi giá trị để thu thập số liệu của các tác nhân tham gia và tác nhân hỗ trợ chuỗi giá trị sản phẩm khóm. Bên cạnh đó, dữ liệu còn được thu thập theo phương pháp phỏng vấn Participatory Rural Appraisal (PRA) của nhiều đối tượng liên quan. Thực hiện đánh giá ba lần PRA cho các đối tượng nông hộ nghèo trồng khóm, cán bộ khuyến nông, hội Nông dân, tác nhân thương mại được tổ chức tại địa bàn nghiên cứu nhằm nắm bắt, nhận diện đặc điểm đối tượng nghiên cứu và khả năng tham gia chuỗi giá trị sản phẩm khóm của nông hộ nghèo ở tỉnh Tiền Giang.

Phương pháp phân tích số liệu: Nghiên cứu này sử dụng các phương pháp thống kê mô tả và phân tích chuỗi giá trị nhằm đánh giá thực trạng chuỗi giá trị sản phẩm khóm của hộ nghèo, đồng thời phân tích tài chính được sử dụng nhằm phân tích kinh tế chuỗi.

Bảng 1: Đối tượng và phương pháp thu thập thông tin

TT	Tác nhân trong chuỗi	Số mẫu	Phương pháp thu thập
1	Cửa hàng vật tư nông nghiệp	5	Phòng vấn trực tiếp
2	Cơ sở sản xuất giống	7	Phòng vấn trực tiếp
3	Nông hộ nghèo trồng khóm	98	Phòng vấn trực tiếp
4	Thương lái	20	Phòng vấn trực tiếp
5	Vựa khóm	15	Phòng vấn trực tiếp
6	Nhà bán buôn	12	Phòng vấn trực tiếp
7	Công ty chế biến	3	Phòng vấn trực tiếp
8	Nhà bán lẻ	37	Phòng vấn trực tiếp
9	Nhà hỗ trợ chuỗi	10	Phòng vấn trực tiếp
Tổng cộng		207	

Nguồn: Số liệu điều tra trực tiếp của tác giả, năm 2014

3 KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

3.1 Mô tả chuỗi giá trị sản phẩm khóm của hộ nghèo ở tỉnh Tiền Giang

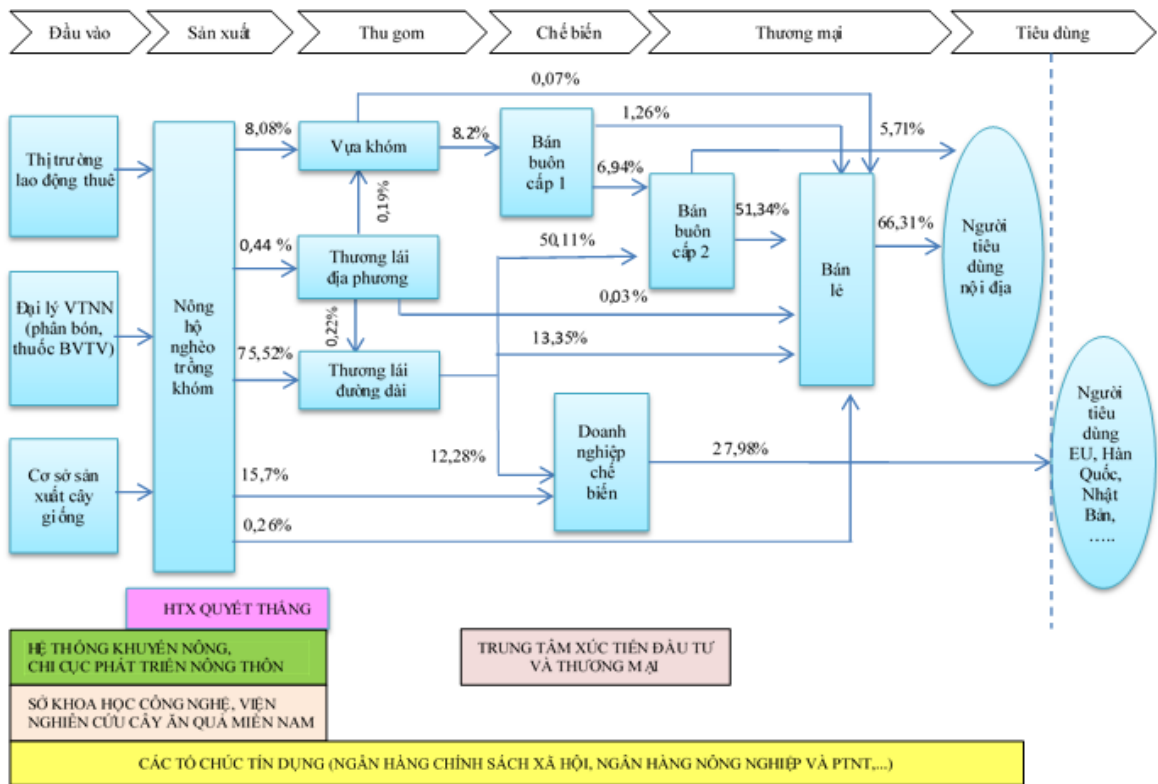
Chuỗi giá trị sản phẩm khóm của hộ nghèo ở tỉnh Tiền Giang được vận hành dựa trên sự gắn kết và tương tác giữa các tác nhân có liên quan. Bên cạnh các tác nhân trực tiếp với chức năng sản xuất, chế biến, thương mại, chuỗi giá trị sản phẩm khóm ở tỉnh Tiền Giang còn có các tác nhân đóng vai trò là nhà cung cấp hàng hóa các yếu tố đầu vào cũng như vai trò hỗ trợ về tài chính, kỹ thuật trong quá trình sản xuất và lưu thông sản phẩm khóm trong chuỗi giá trị. Nhìn chung, chuỗi giá trị sản phẩm khóm của hộ nghèo ở tỉnh Tiền Giang được vận hành qua nhiều kênh thị trường. Tuy nhiên, có 4 kênh thị trường chính vận chuyển khối lượng lớn sản phẩm và tạo ra GTGT cao cho toàn chuỗi. Các kênh còn lại chủ yếu là các kênh trung gian hoặc có lưu lượng sản phẩm đi qua rất ít. Trong 4 kênh thị trường chính, kênh 1, kênh 2 và kênh 3 có vai trò quan trọng, tiêu thụ khối lượng lớn sản lượng khóm tươi ở thị trường nội địa. Trong khi, kênh 4 là kênh tạo ra các sản phẩm khóm chế biến và xuất khẩu.

Kênh 1 (Nông hộ nghèo => Thương lái đường dài => Bán buôn cấp 2 => Bán lẻ => Người tiêu dùng nội địa). Kênh 1 tiêu thụ phần lớn sản phẩm khóm của toàn chuỗi. Phần lớn nông hộ nghèo bán khóm cho thương lái đường dài (chiếm 75,52%). Sau đó, thương lái đường dài vận chuyển khóm đến các chợ đầu mối tại TP. Hồ Chí Minh (chợ Hóc Môn, chợ Bình Điền,...). Tại đây, khóm được thương lái đường dài phân phối cho bán buôn cấp 2 (chiếm 50,11%) đến từ các quận, huyện trong TP. Hồ Chí Minh hoặc đến từ các tỉnh miền Đông Nam Bộ (Tây Ninh, Bình Dương, Đồng Nai,...). Bán buôn cấp 2 tiếp tục phân phối sản phẩm đến các đối tượng bán lẻ tại các chợ vệ tinh xung quanh.

Kênh 2 (Nông hộ nghèo => Thương lái đường dài => Bán lẻ => Người tiêu dùng nội địa). Sau khi thu hoạch, phần lớn sản lượng khóm của nông hộ nghèo được bán cho thương lái đường dài (chiếm 75,52%). Ngoài phần sản lượng thương lái bán cho bán buôn cấp 2 thì thương lái đường dài còn bán khóm trực tiếp cho người bán lẻ (chủ yếu là bán lẻ tại TP. Hồ Chí Minh). Lượng khóm mà thương lái đường dài bán trực tiếp cho người bán lẻ chiếm 13,35% tổng sản lượng chuỗi. Người bán lẻ sau đó sẽ phân phối khóm đến tay người tiêu dùng (tại chợ, các điểm bán ven đường, xe đẩy).

Kênh 3 (Nông hộ nghèo => Vựa khóm => Bán buôn cấp 1 => Bán buôn cấp 2 => Bán lẻ => Người tiêu dùng nội địa). Qua khảo sát thực tế, khoảng 8,08% sản lượng khóm của nông hộ nghèo được bán cho các vựa khóm. Hầu hết vựa khóm tập trung tại vùng nguyên liệu khóm Tân Phước (xã Hưng Thạnh, Mỹ Phước, Tân Lập 2). Chủ vựa mua khóm tại ruộng của nông hộ hoặc nông hộ cũng có thể mang khóm đến vựa. Sau đó, khóm được vựa phân phối cho bán buôn cấp 1 để hưởng chênh lệch giá. Bán buôn cấp 1 có phương tiện vận chuyển với tải trọng lớn, đến mua khóm tại vựa khóm. Tiếp theo, họ bán khóm cho bán buôn cấp 2 và bán buôn cấp 2 tiếp tục phân phối cho người bán lẻ.

Kênh 4 (Nông hộ nghèo => Doanh nghiệp chế biến => Xuất khẩu). Nông hộ nghèo ngoài việc bán khóm cho vựa khóm, thương lái còn bán trực tiếp cho doanh nghiệp chế biến. Sản lượng khóm mà nông hộ nghèo bán cho doanh nghiệp chế biến chiếm khoảng 15,7% tổng sản lượng của toàn chuỗi. Khi bán khóm cho doanh nghiệp chế biến, nông hộ nghèo có thể bán khóm với nhiều phẩm cấp khác nhau. Trong khi bán cho thương lái hay vựa khóm thì các sản phẩm khóm loại nhỏ thường bị từ chối thu mua. Sau khi thu mua, doanh nghiệp sẽ chế biến các sản phẩm khóm (đóng hộp, đông lạnh, cô đặc) xuất khẩu sang các thị trường như EU, Hàn Quốc, Nhật Bản,...



Hình 1: Chuỗi giá trị sản phẩm khóm của nông hộ nghèo ở tỉnh Tiền Giang

Nguồn: Số liệu thu thập của tác giả, 2014

3.2 Giá trị gia tăng và giá trị gia tăng thuần của hộ nghèo trong chuỗi giá trị

3.2.1 Cơ cấu chi phí sản xuất khóm của hộ nghèo trong chuỗi giá trị

Theo khảo sát thực tế cho thấy, cơ cấu chi phí

sản xuất khóm của hộ nghèo rất đa dạng, bao gồm: chi phí lao động, chi phí phân bón, chi phí thuốc BVTV, chi phí giống, chi phí nguyên liệu,... giá trị và tỷ lệ các loại chi phí được thể hiện trong Bảng 2.

Bảng 2: Cơ cấu chi phí sản xuất khóm của hộ nghèo

Khoản mục	Giá trị (đồng/kg)	Tỷ lệ (%)
Giá bán (1)	4.894,97	-
Chi phí trung gian (2)	672,12	28,93
Phân bón	579,51	24,94
Thuốc BVTV	46,25	1,99
Nhiên liệu	46,36	2,00
Giá trị gia tăng (3 = 1-2)	4.222,85	-
Chi phí tăng thêm (4)	1.651,39	71,07
Lao động gia đình	753,20	32,42
Lao động thuê	111,10	4,78
Thuê đất	102,08	4,39
Lãi vay	108,37	4,66
Dịch vụ bơm tát	20,94	0,90
Chi phí hao hụt	149,07	6,42
Khấu hao máy móc, công cụ	18,42	0,79
Khấu hao chi phí kiến thiết cơ bản	388,21	16,71
Tổng chi phí (5=2+4)	2.323,51	100,00
Giá trị gia tăng thuần (1-5)	2.571,46	-

Nguồn: Số liệu thu thập của tác giả, 2014

Kết quả phân tích ở Bảng 2 cho thấy, tổng chi phí sản xuất của hộ nghèo là 2.323,51 đồng/kg khóm. Trong đó, CPTG của hộ nghèo là 672,12 đồng/kg (chiếm 28,93% tổng chi phí), CPTT có giá trị là 1.651,39 đồng/kg, chiếm 71,57% tổng chi phí sản xuất. Sản xuất khóm cần sử dụng nhiều lao động, chính vì thế chi phí lao động là khoản chi phí chiếm tỷ trọng cao nhất (chiếm 37,2% tổng chi phí), trong đó, chi phí lao động gia đình là 753,20 đồng/kg, chiếm 32,42% tổng chi phí. Do hạn chế về tài chính, đa số hộ nghèo không thuê nhiều lao động để phục vụ sản xuất khóm mà chọn giải pháp “lấy công làm lời”. Chính vì thế, họ tận dụng hết nguồn lực lao động của gia đình phục vụ trong quá

trình canh tác khóm nhằm giảm bớt chi phí lao động thuê. Nông hộ nghèo chủ yếu thuê lao động ở khâu thu hoạch và làm cỏ.

3.2.2 Giá trị gia tăng của hộ nghèo trong các kênh thị trường chính

Nông hộ nghèo tham gia vào tất cả các kênh thị trường chính của chuỗi giá trị. Ở mỗi kênh thị trường, chi phí sản xuất khóm của nông hộ nghèo không thay đổi, sự khác biệt giữa các kênh thị trường là ở chỗ tạo ra GTGT khác nhau trên 1 kg khóm. Các thông tin về GTGT và giá trị gia tăng thuần (GTGTT) được trình bày chi tiết trong Bảng 3:

Bảng 3: Giá trị gia tăng và giá trị gia tăng thuần của hộ nghèo trong các kênh thị trường chính của chuỗi giá trị sản phẩm khóm

Khoản mục	Nông hộ nghèo	Vựa khóm	Thương lái	Bán buôn cấp 1	Bán buôn cấp 2	Doanh nghiệp	Bán lẻ
<i>Kênh 1: Nông hộ nghèo => Thương lái đường dài => Bán buôn cấp 2 => Bán lẻ => NTD nội địa</i>							
GB ⁽¹⁾	4.905,87		6.952,62		9.589,33		11.632,28
CPTG ⁽²⁾	672,12		4.905,87		6.952,62		9.589,33
GTGT ⁽³⁾	4.233,75		2.046,75		2.636,71		2.042,95
CPTT ⁽⁴⁾	1.651,39		548,36		635,07		365,74
GTGTT ⁽⁵⁾	2.582,36		1.498,39		2.001,64		1.677,21
% GTGTT ⁽⁶⁾	33,28		19,31		25,80		21,61
<i>Kênh 2: Nông hộ nghèo => Thương lái đường dài => Bán lẻ => NTD nội địa</i>							
GB ⁽¹⁾	4.905,87		6.677,70				9.238,80
CPTG ⁽²⁾	672,12		4.905,87				6.677,70
GTGT ⁽³⁾	4.233,75		1.771,83				2.561,10
CPTT ⁽⁴⁾	1.651,39		548,36				365,74
GTGTT ⁽⁵⁾	2.582,36		1.223,47				2.195,36
% GTGTT ⁽⁶⁾	43,03		20,39				36,58
<i>Kênh 3: Nông hộ nghèo => Vựa khóm => Bán buôn cấp 1 => Bán buôn cấp 2 => Bán lẻ => NTD nội địa</i>							
GB ⁽¹⁾	4.843,01	6.040,17		6.945,76	9.589,33		11.632,28
CPTG ⁽²⁾	672,12	4.843,01		6.040,17	6.945,76		9.589,33
GTGT ⁽³⁾	4.170,89	1.197,16		905,59	2.643,57		2.042,95
CPTT ⁽⁴⁾	1.651,39	359,56		464,13	635,07		365,74
GTGTT ⁽⁵⁾	2.519,50	837,60		441,46	2.008,50		1.677,21
% GTGTT ⁽⁶⁾	33,66	11,19		5,90	26,84		22,41
<i>Kênh 4: Nông hộ nghèo => Doanh nghiệp => Xuất khẩu (Người tiêu dùng)</i>							
GB ⁽¹⁾	4.891,50					9.344,25	
CPTG ⁽²⁾	672,12					7.038,19	
GTGT ⁽³⁾	4.219,38					2.306,06	
CPTT ⁽⁴⁾	1.651,39					1.625,83	
GTGTT ⁽⁵⁾	2.567,99					680,23	
% GTGTT ⁽⁶⁾	79,06					20,94	

Nguồn: Số liệu điều tra trực tiếp của tác giả, 2014

Kết quả tính toán từ Bảng 3 cho thấy rằng, trong tất cả 4 kênh thị trường, kênh 1 và 2 là các kênh tạo ra GTGT cao nhất (khi hộ nghèo bán khóm cho thương lái đường dài). Theo đó, khi bán

cho thương lái đường dài, giá bán khóm của hộ nghèo là 4.905,87 đồng/kg. Sau khi trừ đi CPTG (672,12 đồng/kg), hộ nghèo tạo được GTGT là 4.233,75 đồng/kg. Giá trị cuối cùng hộ nghèo nhận được sau khi khấu trừ CPTT là 2.582,36 đồng/kg

khóm. Thực tế khảo sát cho thấy, thương lái mua khóm từ nông hộ và vận chuyển khóm để giao cho bán buôn ở các tỉnh khác nhau, vì vậy địa bàn hoạt động của thương lái rộng và cũng không cần phải đầu tư cơ sở kinh doanh như chủ vựa tại địa phương. Trong khi đó, chủ vựa tại địa phương có nhiều mối quan hệ quen biết với hộ nghèo, đặc biệt họ thường hỗ trợ cho hộ nghèo vay tiền trước, sau đó lấy sản lượng khóm thu hoạch để trừ nợ. Chính vì vậy, giá mua khóm của chủ vựa có phần thấp hơn so với thương lái đường dài. Nếu bán cho chủ vựa ở kênh 3, thì giá bán khóm trung bình của hộ nghèo là 4.843,01 đồng/kg, thấp hơn khi bán cho thương lái đường dài là 62,86 đồng/kg. Nếu bán khóm cho doanh nghiệp chế biến, giá bán khóm của hộ nghèo là 4.891,5 đồng/kg, GTGT nông hộ nghèo tạo ra ở kênh này là 4.219,38 đồng/kg và nhận được GTGTT là 2567,99 đồng/kg. Khi xem xét tỷ lệ phân phối GTGTT ở các kênh thị trường, nông hộ nghèo luôn là tác nhân nhận được sự phân phối GTGTT cao nhất, dao động từ 33,28% đến

79,6%. Nhìn chung, không có sự chênh lệch đáng kể về GTGT, GTGTT giữa các kênh thị trường. Tuy nhiên, ở kênh 4, khi bán trực tiếp cho doanh nghiệp chế biến, nông hộ nghèo nhận được sự phân phối GTGTT nhiều hơn. Điều này chứng tỏ kênh tiêu thụ trực tiếp (nông hộ nghèo - doanh nghiệp) phát huy hiệu quả đối với hộ nghèo, hay nói cách khác nếu phát triển kênh thị trường khóm xuất khẩu sẽ giúp nông hộ nghèo tăng hiệu quả nhận được trong chuỗi giá trị.

3.3 Tác động của GTGT và phân phối GTGT sản phẩm khóm đến thu nhập của hộ nghèo trồng khóm

Giá trị gia tăng và GTGTT (tính trên 1 kg khóm) được nông hộ nghèo tạo ra đóng vai trò rất quan trọng đối với thu nhập của hộ, để hiểu rõ mức độ tác động của GTGT và GTGTT của sản phẩm khóm đối với thu nhập của nông hộ nghèo, kết quả tính toán độ nhạy của GTGT với thu nhập của nông hộ nghèo được mô tả chi tiết ở Bảng 4.

Bảng 4: Tác động của giá trị gia tăng và phân phối giá trị gia tăng sản phẩm khóm đến thu nhập của nông hộ nghèo

	GTGT (đồng/kg)*	Tăng 1%	Tăng 5%	Tăng 10%	Tăng 15%	Tăng 20%
Tác động của	Thu nhập (đồng/1000m ²)	72.531	362.652	725.304	1.087.955	1.450.607
GTGT,	Thu nhập từ khóm (đồng/hộ)	658.842	3.294.211	6.588.421	9.882.632	13.176.842
GTGTT	Thu nhập (đồng/1000m ²)	44.167	220.833	441.666	662.499	883.332
	Thu nhập từ khóm (đồng/hộ)	401.195	2.005.974	4.011.948	6.017.922	8.023.897
Tác động của	Thu nhập (đồng/1000m ²)	112.884	564.418	1.128.837	1.693.255	2.257.674
phân phối	Thu nhập từ khóm (đồng/hộ)	1.059.363	5.296.813	10.593.626	15.890.439	21.187.252
GTGT,	Thu nhập (đồng/1000m ²)	126.379	631.893	1.263.785	1.895.678	2.527.570
GTGTT	Thu nhập từ khóm (đồng/hộ)	1.186.006	5.930.028	11.860.056	17.790.084	23.720.111

Nguồn: Số liệu điều tra trực tiếp của tác giả, năm 2014

Ghi chú: * GTGT trung bình của các kênh thị trường chính trong chuỗi giá trị sản phẩm khóm của hộ nghèo

Kết quả tính toán ở Bảng 4 cho thấy, nếu GTGT tăng thêm 1% thì thu nhập của hộ nghèo sẽ tăng thêm 72.530 đồng/1000m². Tương tự, khi GTGT tăng thêm 20% thì thu nhập của nông hộ nghèo sẽ tăng thêm 1.450.607 đồng/1000m². Nếu xét thu nhập trên tổng diện tích canh tác khóm của nông hộ nghèo, khi GTGT tăng thêm 1%, thì thu nhập của hộ nghèo sẽ tăng thêm 658.842 đồng/hộ. Tương tự đối với GTGTT, nếu GTGTT tăng thêm 1%, thì thu nhập của hộ nghèo sẽ tăng thêm 44.167 đồng/1000m² và tăng thêm 401.195 đồng/hộ. Như vậy, sự tác động của việc tăng thêm GTGT và GTGTT sẽ làm cho thu nhập của nông hộ nghèo cải thiện rất nhiều. Đối với nông hộ nghèo, những con số gia tăng này càng có ý nghĩa quan trọng đối với cuộc sống còn nhiều khó khăn và thiếu thốn.

Chính vì thế, các giải pháp cải thiện thu nhập cho nông hộ nghèo cần phải chú trọng đến vấn đề nâng cao GTGT trong hoạt động sản xuất khóm của nông hộ.

Bên cạnh đó, ở mỗi kênh thị trường trong chuỗi giá trị sản phẩm khóm, nông hộ nghèo nhận được tỷ lệ phân phối GTGT và GTGTT khác nhau. Sự ảnh hưởng của phân phối GTGT và GTGTT đến thu nhập của nông hộ nghèo có ý nghĩa thực tiễn. Điều này ảnh hưởng ít nhiều đến khả năng thoát nghèo và sự phát triển bền vững của chuỗi giá trị sản phẩm khóm. Kết quả phân tích ở bảng 4 đã chỉ ra rằng, khi tỷ lệ phân phối GTGT tăng thêm 1% thì thu nhập của hộ nghèo sẽ tăng thêm 112.884 đồng/1000m². Hay khi tỷ lệ phân phối GTGT tăng thêm 20% thì thu nhập của hộ nghèo sẽ tăng thêm

2.257,674 đồng/1000m². Đối với thu nhập/hộ, khi tỷ lệ phân phối GTGT tăng thêm 1%, hộ nghèo sẽ tăng thu nhập tương ứng là 1.059.362,6 đồng/hộ. Xem xét tỷ lệ phân phối GTGTT, khi tăng thêm 1% thì thu nhập của nông hộ nghèo sẽ tăng thêm 126.379 đồng/1000 m². Từ đó cho thấy rằng, khi tỷ lệ phân phối GTGT chỉ tăng thêm 1% thì thu nhập của nông hộ nghèo sẽ được cải thiện đáng kể. Chính vì vậy, vấn đề đáng quan tâm là nếu hộ nghèo tạo ra GTGT và được phân phối GTGTT nhiều hơn thì thu nhập của họ sẽ tăng thêm đáng

kể. Đây là điểm sáng của chuỗi giá trị sản phẩm khóm, minh chứng cho “thương hiệu xóa đói giảm nghèo” của cây khóm Tiền Giang.

3.4 So sánh hiệu quả đầu tư giữa các tác nhân tham gia chuỗi giá trị

Để so sánh hiệu quả đầu tư giữa các tác nhân tham gia chuỗi giá trị sản phẩm khóm, tỷ suất sinh lợi/năm và sản lượng khóm sản xuất/giao dịch trong năm là 2 tiêu chí cần được quan tâm. Kết quả tính toán từ số liệu điều tra như sau

Bảng 5: Hiệu quả đầu tư của các tác nhân tham gia chuỗi giá trị sản phẩm khóm

Đối tượng	Tỷ suất lợi nhuận	Số vòng quay vốn /năm ⁽¹⁾	Sản lượng (tấn/năm)	Tỷ suất sinh lời/năm ⁽²⁾	Lãi suất ngân hàng/năm ⁽³⁾
Nông hộ nghèo	1,12	1	12,18	1,12	0,07
Thương lái đường dài	0,16	60	2.177,55	9,60	0,07
Thương lái địa phương	0,03	75	1.404,12	2,25	0,07
Vựa khóm	0,07	92	2.606,99	6,44	0,07
Doanh nghiệp	0,05	4	17.807,16	0,20	0,07
Bán buôn 1	0,07	84	2.180,42	5,88	0,07
Bán buôn 2	0,26	60	113,67	15,60	0,07
Bán lẻ	0,17	60	43,56	10,20	0,07

Nguồn: Số liệu điều tra trực tiếp của tác giả, 2014

(1) Số vòng quay vốn/năm = Số ngày hoạt động trong năm/số ngày quay vốn

(2) Tỷ suất sinh lời/năm = Tỷ suất lợi nhuận * Số vòng quay vốn/năm

(3) Lãi suất được tính cho kỳ hạn 12 tháng

Dựa vào kết quả phân tích cho thấy, trong tất cả các tác nhân tham gia chuỗi giá trị, hộ nghèo là tác nhân có tỷ suất lợi nhuận/chi phí cao nhất. Với 1 đồng chi phí đầu tư, hộ nghèo tạo ra 1,12 đồng lợi nhuận. Tỷ suất lợi nhuận/chi phí của các tác nhân thương mại đều thấp hơn hộ nghèo trồng khóm. Trong các tác nhân thương mại, bán buôn cấp 2 là tác nhân có tỷ suất lợi nhuận/chi phí cao nhất. Tuy nhiên, để đánh giá được chính xác hiệu quả đầu tư sản xuất kinh doanh của từng tác nhân thì cần phải xem xét tỷ suất sinh lợi/năm và sản lượng khóm sản xuất/giao dịch trong năm của từng tác nhân. Theo kết quả tính toán ở Bảng 5 cho thấy, tuy hộ nghèo là tác nhân tạo ra tỷ suất lợi nhuận/chi phí cao nhất nhưng chỉ quay được một lần đồng vốn trong 1 năm. Trong khi đó, các tác nhân khác có số vòng quay vốn lớn gấp nhiều lần so với hộ nghèo. Hơn nữa, với sản lượng giao dịch rất lớn trong năm, các tác nhân thương mại là đối tượng hoạt động hiệu quả hơn so với hộ nghèo gấp nhiều lần. Mặt khác, nếu so sánh tỷ suất sinh lời/năm của các tác nhân tham gia chuỗi giá trị với chi phí cơ hội đầu tư vào ngân hàng thì mức hiệu quả tài chính của các tác nhân tham gia chuỗi giá trị sản phẩm khóm là rất cao.

4 KẾT LUẬN

Chuỗi giá trị sản phẩm khóm của hộ nghèo ở tỉnh Tiền Giang đã tạo ra nhiều cơ hội tham gia và gia tăng thu nhập cho hộ nghèo ở vùng nguyên liệu khóm Tân Phước. Nông hộ nghèo là tác nhân tạo ra GTGT cao nhất trong chuỗi giá trị sản phẩm khóm, kể đến là tác nhân bán buôn cấp 2 và doanh nghiệp. Tùy vào từng kênh thị trường mà sự phân phối GTGTT trong chuỗi giữa các tác nhân có sự khác nhau. Trong các kênh thị trường chính, nông hộ nghèo luôn là tác nhân nhận được sự phân phối GTGTT cao nhất trong chuỗi giá trị. GTGT và GTGTT được tạo ra từ sản phẩm khóm tác động rất lớn đến sự thay đổi thu nhập của nông hộ nghèo trồng khóm. Tỷ lệ phân phối GTGT và GTGTT cũng ảnh hưởng rất tích cực đến thu nhập của nông hộ nghèo trồng khóm ở tỉnh Tiền Giang. Tuy nhiên, khi xét đến hiệu quả đầu tư thì hộ nghèo là đối tượng có hiệu quả thấp nhất so với các tác nhân thương mại trong chuỗi giá trị sản phẩm khóm. Chính vì thế, nâng cao giá trị nhận được cho hộ nghèo trồng khóm là giải pháp trước mắt cần được quan tâm. Dưới đây là một số kiến nghị được đề xuất như sau:

Thứ nhất, hộ nghèo chủ động nâng cao khả năng tiếp cận thị trường, đa dạng các nguồn thông tin thị trường và đa dạng thị trường đầu ra cho sản phẩm khóm nhằm hạn chế rủi ro thị trường do thiếu thông tin.

Thứ hai, hộ nghèo cần tích cực tiếp cận thông tin tiên bộ kỹ thuật và linh hoạt ứng dụng tiến bộ kỹ thuật vào sản xuất khóm, trong đó sản xuất theo tiêu chuẩn VietGAP cần được quan tâm đứng mức để nâng cao chất lượng sản phẩm, cải thiện thu nhập.

Thứ ba, hộ nghèo cần nâng cao năng lực tài chính thông qua hoạt động liên kết sản xuất với hình thức tổ hợp tác tài chính hoặc chia sẻ nguồn lực tài chính với các tác nhân trong chuỗi giá trị sản phẩm khóm.

Thứ tư, hộ nghèo cần thay đổi phương cách thu hoạch hợp lý hơn, đồng thời nghiên cứu giải pháp hạn chế các nguyên nhân gây hao hụt sản phẩm khóm nhằm nâng cao năng suất, GTGT cho sản phẩm khóm.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Dương Ngọc Thành (2014), Giải pháp nâng cao hiệu quả chuỗi giá trị ngành hàng xoài cát tỉnh Đồng Tháp. Đề tài nghiên cứu khoa học công nghệ cấp tỉnh. Sở khoa học và Công nghệ tỉnh Đồng Tháp.

FAO (2005a): EASYPol. On-line resource materials for policy making. Analytical tools. Module 043. Commodity Chain Analysis: Constructing the Commodity Chain, Functional Analysis and Flow Charts. www.fao.org/docs/up/easypol/330/cca_043EN.pdf, accessed on 24/10/2012

FAO (2005b): EASYPol. On-line resource materials for policy making. Analytical tools. Module 044. Commodity Chain Analysis: Financial Analysis. www.fao.org/docs/up/easypol/331/CCA_044EN.pdf, accessed: 24/10/2012

Gereffi, G. (1994). The Organisation of Buyer-driven Global Commodity Chains: How U.S. Retailers Shape Overseas Production

Networks. In G. Gereffi and M. Korzeniewicz (Editors), *Commodity Chains and Global Capitalism*, Westport, CT: Praeger: 95–122.

GTZ. 2007. Valuelinks manual. The methodology of value chain promotion. Eschborn, Germany: Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ). http://www2.gtz.de/wbf/4tDx9kw63gma/Valuelinks_Manual.pdf

Kaplinsky (1999). Globalization and Unequalization: What can be learned from value chain analysis. *Journal of Development Studies* 37(2): 117-146

Kaplinsky and Morris (2001). A handbook for value chain research. The Institute of Development Studies, University of Sussex. Brighton, United Kingdom

Nguyễn Phú Sơn (2012). Phân tích chuỗi giá trị các sản phẩm táo, tỏi và nho tỉnh Bình Thuận. *Sở Khoa học và Công nghệ tỉnh Bình Thuận*.

Nguyễn Trịnh Nhất Hằng, 2008. Thực trạng và giải pháp nâng cao hiệu quả sản xuất khóm vùng Tân Phước. *Tạp san Khoa học và Công nghệ Tiền Giang*, số 1.

Porter M. E. (1985). *Competitive Advantage*. New York, The Free Press.

Trần Tiến Khai (2011). Báo cáo nghiên cứu phân tích chuỗi giá trị dưa Bền Tre. Dự án Phát triển kinh doanh với người nghèo Bền Tre (Dự án DBRP Bền Tre).

Trần Công Thắng, Emma Samman, Karl Rich, Phạm Quang Diệu, Nguyễn Đỗ Anh Tuấn, Nguyễn Văn Thành và Đặng Văn Thư (2004). Sự tham gia của người nghèo trong chuỗi giá trị nông nghiệp. *Nghiên cứu đối với ngành chè. Trung tâm Tin học Nông nghiệp và PTNT (ICARD)*.

Võ Thị Thanh Lộc, Nguyễn Ngọc Châu (2009), Gạo Việt Nam nhìn từ chuỗi giá trị lúa gạo tiêu thụ trong nước và xuất khẩu tại Cần Thơ. *Tạp chí Nông nghiệp và Phát triển nông thôn*, số 132, trang 3-5.