



## GIẢI PHÁP HOÀN THIỆN CHUỖI GIÁ TRỊ LÚA GẠO HUYỆN PHONG ĐIỀN, THÀNH PHỐ CẦN THƠ

Nguyễn Quốc Nghi

Khoa Kinh tế, Trường Đại học Cần Thơ

\*Người chịu trách nhiệm về bài viết: Nguyễn Quốc Nghi (email: [quocnghi@ctu.edu.vn](mailto:quocnghi@ctu.edu.vn))

### Thông tin chung:

Ngày nhận bài: 25/05/2018

Ngày nhận bài sửa: 08/06/2018

Ngày duyệt đăng: 28/02/2019

### Title:

Solutions for the improvement of rice value chain in Phong Dien district, Can Tho city

### Từ khóa:

Chuỗi giá trị, giá trị gia tăng, lúa gạo, huyện Phong Điền

### Keywords:

Phong Dien district, rice, value added, value chain

### ABSTRACT

The value chain approach method from Kaplinsky and Morris (2001) was used in this study to analyze the rice value chain in Phong Dien district of Can Tho city. The data of the study were collected from 92 observations, including households, traders, mills, food companies and retailers. Research results showed that the rice value chain is operated through four main market channels. Of which, Channel 1 and Channel 4 are two important channels in the export market (accounting for 47.83% of rice production). Channels 2 and 3 mainly focused on the domestic market and created the quite high value added. Among stakeholders involved in the chain, the household is the stakeholder created the value added and received the highest net value added among stakeholders. In addition, three solutions were proposed to agricultural sector for improving the rice value chain in Phong Dien district of Can Tho city, including (1) Developing the high quality rice fields, (2) Improving the agricultural forecast and market information system; (3) Strengthening technology transfer to farmers.

### TÓM TẮT

Dựa vào cách tiếp cận chuỗi giá trị của Kaplinsky and Morris (2001), nghiên cứu được thực hiện nhằm phân tích chuỗi giá trị lúa gạo ở huyện Phong Điền, thành phố Cần Thơ. Dữ liệu của nghiên cứu được thu thập từ 92 quan sát, bao gồm các tác nhân nông hộ, thương lái, nhà máy xay xát, công ty lương thực và tác nhân bán lẻ. Kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng, chuỗi giá trị lúa gạo được vận hành thông qua 4 kênh thị trường chính. Trong đó, kênh 1 và kênh 4 là 2 kênh có vai trò quan trọng trong thị trường xuất khẩu (chiếm 47,83% sản lượng lúa gạo). Kênh 2 và kênh 3 tập trung chủ yếu vào thị trường nội địa và tạo ra giá trị gia tăng (GTGT) khá cao. Trong các tác nhân tham gia chuỗi thì nông hộ luôn là tác nhân tạo ra GTGT và nhận được sự phân phối GTGT thuần cao nhất so với các tác nhân còn lại. Ngoài ra, nghiên cứu đề xuất 3 giải pháp hoàn thiện chuỗi giá trị lúa gạo cho ngành nông nghiệp huyện Phong Điền, thành phố Cần Thơ bao gồm: (1) Xây dựng vùng lúa nguyên liệu chất lượng cao, (2) Nâng cao hệ thống dự báo nông nghiệp và thông tin thị trường; (3) Tăng cường chuyển giao khoa học kỹ thuật cho nông hộ.

Trích dẫn: Nguyễn Quốc Nghi, 2019. Giải pháp hoàn thiện chuỗi giá trị lúa gạo huyện Phong Điền, thành phố Cần Thơ. Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ. 55(1D): 101-108.

## 1 ĐẶT VẤN ĐỀ

Phong Điền là huyện nông nghiệp sinh thái ven đô và là huyện thứ hai ở khu vực Đồng bằng sông Cửu Long được công nhận huyện nông thôn mới. Trong thời gian qua, huyện đã tập trung đầu tư phát triển theo hướng hiện đại hóa nông nghiệp, đồng thời đẩy mạnh chuyển dịch cơ cấu kinh tế, tạo tiền đề phát triển nông nghiệp theo hướng bền vững. Ngành nông nghiệp huyện đã đẩy mạnh việc triển khai thực hiện mô hình cánh đồng lớn tại các xã Giai Xuân, Trường Long, Tân Thới. Mặc dù, huyện có nhiều tiềm năng và lợi thế, nhưng mô hình cánh đồng lớn vẫn còn nhiều khó khăn, trong đó vấn đề liên kết chuỗi giá trị và đầu ra sản phẩm lúa gạo là khâu then chốt chưa được giải quyết. Theo Võ Thị Thanh Lộc (2010), phương pháp tiếp cận chuỗi giá trị có ý nghĩa rất lớn đối với phát triển bền vững sản phẩm, nhất là đối với các sản phẩm nông nghiệp. Theo đó, giúp liên kết các chính sách một cách đồng bộ từ sản xuất, chế biến đến tiêu thụ, nâng cao giá trị gia tăng, thu nhập cho mỗi tác nhân trong chuỗi, nâng cao khả năng tiếp cận thị trường (Trần Tiến Khai, 2011). Chính vì thế, nghiên cứu chuỗi giá trị lúa gạo ở huyện Phong Điền, thành phố Cần Thơ được thực hiện nhằm mục tiêu: (i) Mô tả chuỗi giá trị lúa gạo; (ii) Phân tích giá trị gia tăng (GTGT) và giá trị gia tăng thuần (GTGTT) của các tác nhân tham gia chuỗi giá trị; (iii) Phân tích điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức; (iv) Đề xuất các giải pháp hoàn thiện chuỗi giá trị lúa gạo ở huyện Phong Điền, thành phố Cần Thơ.

## 2 PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

### 2.1 Cách tiếp cận và phương pháp phân tích

Khung lý thuyết chuỗi giá trị của Kaplinsky a Morris (2001), bộ công cụ phân tích chuỗi giá trị của Võ Thị Thanh Lộc và Nguyễn Phú Sơn (2013) được vận dụng để làm cơ sở nghiên cứu, phân tích, đánh giá chuỗi giá trị sản phẩm lúa gạo ở huyện Phong Điền, thành phố Cần Thơ. Nghiên cứu sử dụng phương pháp phân tích kinh tế chuỗi qua các chỉ tiêu chi phí trung gian (CPTG), chi phí tăng thêm (CPTT), GTGT, GTGTT và sự phân phối GTGTT của từng tác nhân theo các kênh thị trường nhằm đánh giá hiệu quả hoạt động của các tác nhân và các kênh thị trường. Bên cạnh đó, nghiên cứu sử dụng phương pháp phân tích SWOT nhằm đánh giá điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức, làm tiền đề xây dựng các giải pháp hoàn thiện chuỗi giá trị lúa gạo ở huyện Phong Điền, thành phố Cần Thơ.

### 2.2 Phương pháp thu thập số liệu

Nghiên cứu sử dụng số liệu sơ cấp được thu thập thông qua phỏng vấn trực tiếp 60 nông hộ sản xuất lúa theo phương pháp chọn mẫu hạn ngạch (quota) và 32 tác nhân khác (thương lái, nhà máy xay xát, người bán lẻ, công ty lương thực) theo phương pháp liên kết chuỗi của GZT (2007). Để đảm bảo tính đại diện của dữ liệu nghiên cứu, vùng nghiên cứu được chọn là các xã Trường Long, Giai Xuân, Tân Thới và Nhơn Nghĩa, đây là các địa bàn tập trung mô hình cánh đồng lớn với qui mô lớn nhất toàn huyện.

**Bảng 1: Đối tượng khảo sát và phương pháp chọn mẫu**

TT	Tác nhân trong chuỗi	Cỡ mẫu	Phương pháp chọn mẫu
1	Nông hộ sản xuất lúa	60	Phương pháp hạn ngạch (quota)
2	Thương lái	6	Liên kết chuỗi của GTZ (2007)
3	Nhà máy xay xát	3	Liên kết chuỗi của GTZ (2007)
4	Công ty lương thực	3	Liên kết chuỗi của GTZ (2007)
5	Người bán lẻ/bán lẻ	10	Liên kết chuỗi của GTZ (2007)
Tổng cộng		92	

Nguồn: Số liệu khảo sát, năm 2016

## 3 KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

### 3.1 Đặc điểm của nông hộ trồng lúa

Qua thống kê kết quả khảo sát thực tế từ nông hộ cho thấy, hoạt động sản xuất lúa khá vất vả và nên phần lớn lao động chính tham gia sản xuất là nam giới (chiếm 90%) và có độ tuổi trung bình là 45 tuổi (cao nhất là 65 tuổi và thấp nhất là 29 tuổi). Nhiều người tham gia sản xuất lúa đã vượt quá tuổi lao động nhưng vẫn tham gia canh tác lúa (lao động trên 60 tuổi chiếm tỷ lệ 25%) do sức khỏe còn rất tốt và có nhiều kinh nghiệm trong canh tác. Theo kết quả thống kê, số năm kinh nghiệm của người sản xuất

chính khá cao (29 năm), người có kinh nghiệm cao nhất là 45 năm và thấp nhất là 5 năm. Từ đó cho thấy, nông hộ có truyền thống sản xuất lúa rất lâu. Xét về trình độ học vấn, phần lớn người sản xuất chính có học vấn từ lớp 6 đến lớp 9 (chiếm 50%), kể đến là từ lớp 1 đến lớp 5 (chiếm 41,67%), số người có trình độ học vấn trung học phổ thông (từ lớp 10 đến lớp 12) khá thấp, chỉ chiếm khoảng 7,33%. Điều này ảnh hưởng nhất định đến quá trình tiếp thu và ứng dụng tiến bộ khoa học kỹ thuật vào sản xuất. Về diện tích đất canh tác, trung bình nông hộ có khoảng 9.080 m<sup>2</sup> đất trồng lúa, chủ yếu là đất sộ hữu, rất ít nông hộ thuê thêm đất để sản xuất lúa. Kết quả khảo

sát còn cho thấy, trung bình mỗi nông hộ có 5 nhân khẩu, trong đó có khoảng 2 người tham gia vào hoạt

động sản xuất lúa và nam giới có xu hướng tham gia nhiều hơn nữ giới.

**Bảng 2: Một số đặc điểm của nông hộ trồng lúa**

Chỉ tiêu	Đơn vị tính	Nhỏ nhất	Lớn nhất	Trung bình	Độ lệch chuẩn
Tuổi của người sản xuất chính	Năm	29	65	45,06	11,04
Trình độ của người sản xuất chính	Năm	0	12	6,05	3,18
Diện tích sản xuất lúa	1.000m <sup>2</sup>	4	26	9,08	4,77
Kinh nghiệm sản xuất	Năm	5	45	28,15	12,84
Số nhân khẩu trong hộ	Người	1	8	4,67	1,47
Số lao động sản xuất lúa	Người/hộ	1	6	2,19	0,96
- Số lao động nam	Người	0	3	1,22	0,52
- Số lao động nữ	Người	0	2	0,57	0,50

Nguồn: Số liệu khảo sát, 2016

**3.2 Chi phí sản xuất, doanh thu, GTGT và GTGTT của nông hộ trồng lúa**

Theo số liệu sơ cấp từ kết quả khảo sát, trong năm 2016, nông dân ở huyện Phong Điền sản xuất lúa 2 mùa vụ Đông Xuân và Hè Thu. Theo đó, việc hạch toán giá thành, xác định lợi nhuận của người sản xuất cũng được tính toán dựa trên các khoản chi phí đầu tư vào 2 mùa vụ này. Chi phí sản xuất lúa của nông hộ có thể được chia thành CPTG và CPTT, được thể hiện trong Bảng 3.

CPTG được xác định là những khoản chi phí dùng để mua các yếu tố nhập lượng trong hoạt động sản xuất, bao gồm: chi phí giống, chi phí thuốc bảo vệ thực vật, chi phí phân bón, chi phí nhiên liệu,... CPTG được tính trên 1 kg lúa của nông hộ ở vụ Hè thu là 1.714,23 đồng/kg cao hơn so với vụ Đông Xuân là 1.555,69 đồng/kg. Trong 2 mùa vụ, chi phí

phân bón chiếm tỷ trọng cao nhất trong cơ cấu CPTG, tỷ trọng của chi phí này giảm dần từ vụ Đông Xuân (chiếm 25,09%) sang vụ Hè Thu (chiếm 24,%).

Xét về CPTT, trong vụ Đông Xuân, để sản xuất ra 1 kg lúa thì nông dân phải chi thêm khoảng 1.022,61 đồng/kg ở vụ Đông Xuân và vụ Hè Thu là 1.472,42 đồng/kg, đây là khoản chi phí được thêm vào trong hoạt động sản xuất của nông hộ, nó bao gồm: Chi phí lao động gia đình, chi phí lao động thuê, chi phí thuê máy và chi phí khấu hao máy móc, trong đó chi phí thuê máy chiếm tỷ trọng cao nhất ở cả 2 mùa vụ lần lượt là 16,8% và 19,37%. Con số này phù hợp với đánh giá của nhiều nông hộ, điều kiện thời tiết ở vụ Đông Xuân luôn thuận lợi hơn vụ Hè Thu nên chi phí của vụ Đông Xuân luôn thấp hơn vụ Hè Thu.

**Bảng 3: Doanh thu và chi phí sản xuất lúa của nông hộ**

Khoản mục	Vụ Đông Xuân		Vụ Hè Thu	
	Trung bình	Tỷ trọng (%)	Trung bình	Tỷ trọng (%)
<b>CPTG</b>	<b>1.555,69</b>	<b>60,34</b>	<b>1.714,23</b>	<b>53,80</b>
Chi phí giống	359,00	13,92	327,99	10,30
Chi phí thuốc bảo vệ thực vật	513,89	19,93	577,26	18,11
Chi phí phân bón	646,99	25,09	764,57	24,00
Chi phí nhiên liệu	35,81	1,40	44,41	1,39
<b>CPTT</b>	<b>1.022,61</b>	<b>39,66</b>	<b>1.472,42</b>	<b>46,20</b>
Chi phí lao động thuê	322,11	12,49	484,67	15,21
Chi phí thuê máy	433,05	16,80	617,26	19,37
Chi phí lao động gia đình	233,61	9,06	325,10	10,20
Chi phí khấu hao máy móc	33,84	1,31	45,39	1,42
Tổng chi phí (CPTG+CPTT)	2.578,30	100,00	3.186,65	100,00
Doanh thu	4.581,75		4.375,58	
GTGT (Doanh thu – CPTG)	3.026,06		2.661,35	
GTGTT (GTGT-CPTT)	2.003,45		1.188,93	

Nguồn: Số liệu khảo sát, 2016

Kết quả phân tích ở Bảng 3 còn cho thấy, GTGT nông hộ tạo ra ở vụ Đông Xuân (3.026,06 đồng/kg) cao hơn so với vụ Hè Thu (2.661,35 đồng/kg) là

364,71 đồng/kg, theo đó GTGTT vụ Đông Xuân (2.003,45 đồng/kg) của nông hộ cũng cao hơn so với vụ Hè Thu (1.188,93 đồng/kg) là 814,52 đồng/kg.

Với năng suất lúa trung bình của nông hộ đạt 795,45 kg/1.000 m<sup>2</sup>, lợi nhuận nông hộ thu được ở vụ Đông Xuân là 1,38 triệu đồng/1000 m<sup>2</sup>, trong khi năng suất trung bình nông hộ đạt được là 581 kg/1.000 m<sup>2</sup> ở vụ Hè Thu, lợi nhuận nông hộ thu được ở vụ mùa này là 0,69 triệu đồng/1.000 m<sup>2</sup>.

### 3.3 Mô tả chuỗi giá trị lúa gạo ở huyện Phong Điền

Dựa vào tỷ trọng phân phối sản phẩm đến các đối tượng đầu ra của từng tác nhân, sơ đồ chuỗi giá

trị lúa gạo ở huyện Phong Điền được hình thành bao gồm nhiều tác nhân trực tiếp tham gia với các chức năng như đầu vào (tác nhân cung cấp giống, vật tư nông nghiệp), sản xuất (nông hộ), thu gom (thương lái đường dài), chế biến (nhà máy xay xát), thương mại (doanh nghiệp, người bán lẻ) và tiêu dùng trong và ngoài nước. Bên cạnh đó, chuỗi giá trị còn có mặt của các tác nhân hỗ trợ như: Khuyến nông địa phương, tổ chức tín dụng, chính quyền địa phương và sở, ban, ngành liên quan.

**Bảng 4: Phân phối sản lượng qua các tác nhân trong chuỗi giá trị**

Tác nhân (A)	Phân phối sản phẩm đầu ra		
	Đối tượng bán sản phẩm đầu ra của A	Tỷ trọng sản lượng phân phối đến các đối tượng (%) (*)	Tỷ lệ tương ứng trong chuỗi giá trị (%) (**)
Nông hộ (100%)	Thương lái đường dài	74,00	74,00
	Doanh nghiệp	26,00	26,00
	<b>Tổng</b>	<b>100,00</b>	<b>100,00</b>
Thương lái đường dài	Nhà máy xay xát	36,11	26,72
	Doanh nghiệp	44,17	32,68
	Bán lẻ	17,72	14,60
<b>Tổng</b>	<b>100,00</b>	<b>74,00</b>	
Nhà máy xay xát	Doanh nghiệp	22,05	5,89
	Bán lẻ	77,95	20,83
	<b>Tổng</b>	<b>100,00</b>	<b>26,72</b>
Công ty lương thực	Đại lý bán lẻ	25,93	16,74
	Xuất khẩu	74,07	47,83
	<b>Tổng</b>	<b>100,00</b>	<b>64,57</b>
Bán lẻ	Người tiêu dùng nội địa	100,00	<b>52,17</b>
Người tiêu dùng (100%)	Tổng tiêu dùng nội địa	52,17	<b>100,00</b>
	Tổng tiêu dùng xuất khẩu	47,83	

Nguồn: Số liệu khảo sát, năm 2016

Ghi chú: \* Tỷ trọng sản lượng phân phối đầu ra được tính dựa trên công thức sau:

$$\% \text{ phân phối của tác nhân A cho tác nhân đầu ra thứ } i = \frac{\text{Sản lượng bán ra cho tác nhân thứ } i}{\text{Tổng sản lượng đầu ra của tác nhân A}} \times 100\%$$

\*\* Tỷ lệ tương ứng trong chuỗi giá trị là tỷ lệ (%) lưu lượng lúa được tiêu thụ qua các tác nhân được tính toán dựa trên tổng tỷ lệ lúa đầu vào từ các tác nhân trước (trừ nông hộ) có trọng số là tỷ trọng sản phẩm bán ra của từng tác nhân.

Bảng 4 cho thấy tỷ lệ lưu lượng sản phẩm ở tác nhân đầu vào của chuỗi (nông hộ) và đầu ra của chuỗi (người tiêu dùng) luôn được đảm bảo bằng 100% sản lượng của toàn chuỗi. Tại thời điểm nghiên cứu, sản phẩm lúa gạo ở huyện Phong Điền, thành phố Cần Thơ được tiêu thụ ở cả thị trường nội địa và xuất khẩu, trong đó tổng sản lượng lúa gạo tiêu thụ trong thị trường nội địa chiếm khoảng 52,17%, xuất khẩu chiếm đến 47,83% với các thị trường như Philippines, Malaysia, Mỹ, Úc,...

Kết quả ở Hình 1 cho thấy, chuỗi giá trị lúa gạo ở huyện Phong Điền, thành phố Cần Thơ được vận hành qua nhiều kênh thị trường, tuy nhiên có 4 kênh thị trường chính trung chuyển sản lượng lúa gạo lớn và tạo ra GTGT cao cho toàn chuỗi. Cụ thể:

Kênh 1: Nông hộ => Thương lái đường dài => Công ty lương thực => Xuất khẩu. Kênh này gồm 4 tác nhân tham gia giúp phân phối lưu lượng sản phẩm lớn và có vai trò quan trọng trong thị trường xuất khẩu, chiếm 32,68% sản lượng lúa gạo toàn chuỗi. Sau khi thu hoạch, nông hộ bán phần lớn sản lượng cho thương lái đường dài (chiếm 74,00%), sau đó sản phẩm sẽ được sấy khô và xay xát thành gạo nhiên liệu để bán lại cho công ty lương thực tại thành phố Cần Thơ, cụ thể là Công ty Lương thực Sông Hậu. Tiếp theo, công ty tiếp tục đưa gạo nhiên liệu chà bóng lại thành gạo thành phẩm và xuất khẩu sang thị trường nước ngoài (Philippines, Malaysia, Mỹ, Úc...)

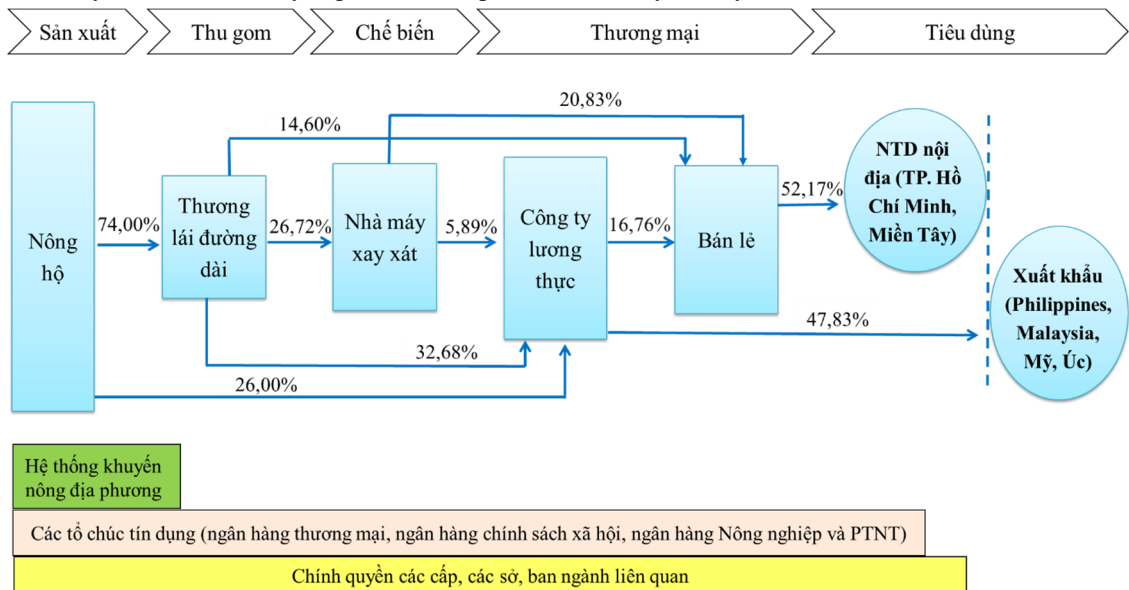
Kênh 2: Nông hộ => Thương lái đường dài => Nhà máy xay xát => Bán lẻ => Người tiêu dùng.

Đây là kênh thị trường nội địa, chiếm 20,83% tổng sản lượng lúa gạo toàn chuỗi. Sau khi thu mua lúa từ nông hộ, ngoài bán cho công ty lương thực, thương lái còn phân phối lúa cho nhà máy xay xát (26,72%). Nhà máy xay xát sẽ thực hiện xay xát và chà bóng thành gạo thành phẩm và phân phối lại cho các tác nhân bán lẻ trong và ngoài địa phương. Cuối cùng tác nhân bán lẻ là đối tượng phân phối lại toàn bộ sản phẩm thu mua đến người tiêu dùng cuối cùng (chiếm 20,83%).

Kênh 3: Nông hộ => Thương lái đường dài => Bán lẻ => Người tiêu dùng. Tương tự như các kênh 1 và 2, tuy nhiên ở kênh này, ngoài bán sản phẩm

cho công ty lương thực và nhà máy xay xát thì thương lái đường dài còn bán lúa cho các tác nhân bán lẻ để phân phối lại cho người tiêu dùng. Đây là kênh thị trường nội địa, chiếm 20,83% tổng sản lượng lúa gạo toàn chuỗi.

Kênh 4: Nông hộ => Công ty lương thực => Xuất khẩu. Đây là kênh tiêu thụ có vai trò quan trọng trong thị trường xuất khẩu. Qua khảo sát cho thấy, có 26% sản lượng lúa được nông hộ bán cho công ty lương thực, sau đó công ty lương thực tiến hành xay xát và lau bóng tạo nên gạo thành phẩm và đưa đi xuất khẩu sang thị trường các nước Philippines, Malaysia, Mỹ, Úc,...



**Hình 1: Sơ đồ chuỗi giá trị lúa gạo huyện Phong Điền, thành phố Cần Thơ**

Nguồn: Số liệu khảo sát, năm 2016

**3.4 GTGT và GTGTT của các tác nhân tham gia chuỗi giá trị lúa gạo**

Trong các tác nhân tham gia kênh thị trường chính thì mỗi tác nhân sẽ tạo ra GTGT và nhận lại GTGTT khác nhau. Theo kết quả khảo sát cho thấy, sự phân phối GTGT và GTGTT của các tác nhân trong các kênh thị trường chính của chuỗi giá trị lúa gạo được trình bày cụ thể trong bảng 5.

Kết quả phân tích ở Bảng 5 cho thấy, nông hộ là tác nhân luôn được đánh giá cao về sự đóng góp GTGT trong toàn chuỗi. GTGT nông hộ tạo ra ở các kênh thị trường khá cao, dao động từ 3.245,03 đến 4.183,65 đồng/kg. Ở kênh thứ 4 (bán cho công ty lương thực), nông hộ tạo ra được GTGT cao nhất là 4.183,65 đồng/kg và nhận về GTGTT cũng cao nhất là 2.634,24 đồng/kg gạo, theo đó tỷ lệ phân phối GTGTT của nông hộ ở kênh thứ 4 là cao nhất, chiếm tới 98,19%. Ở các kênh còn lại (bán cho thương lái) GTGT nông hộ tạo ra là 3.245,03 và nhận được

GTGTT là 1.695,62 đồng/kg thấp hơn kênh thứ 4. Do giống lúa nông hộ sản xuất và bán cho thương lái chủ yếu là IR50404, mặc dù năng suất đạt được khá cao nhưng giá bán lại thấp hơn giống lúa Jasmine của nông hộ sản xuất để bán cho công ty lương thực.

Thương lái đường dài: Là tác nhân phân phối sản phẩm quan trọng cho cả thị trường nội địa và xuất khẩu, giúp tiêu thụ khoảng 74% sản lượng lúa của nông hộ. Thương lái là tác nhân phân phối lúa gạo đến nhiều tác nhân trong chuỗi giá trị, theo đó GTGT mà tác nhân này tạo ra dao động từ 1.037,97 - 2.938,30 đồng/kg, tương ứng GTGTT nhận được là từ 405,40 - 2.091,06 đồng/kg gạo. Kênh 3 là kênh thương lái tạo ra GTGT cao nhất và nhận về GTGTT nhiều nhất và sự phân phối GTGTT của thương lái trong kênh là cao nhất, chiếm 49,57%. Trong khi đó, ở kênh 2 thương lái tạo ra GTGT thấp nhất với giá trị là 1.101,12 đồng/kg, thay vì xay xát thành gạo và

bán, thương lái chỉ bán lúa khô cho nhà máy xay xát và chỉ nhận được sự phân phối GTGTT là 11,60%.

Nhà máy xay xát: Là tác nhân tham gia vào khâu chế biến và có mặt ở kênh thứ 2. Sau khi mua lúa đã được sấy khô từ thương lái, các nhà máy tiến hành xay xát lúa và đánh bóng tạo nên gạo thành phẩm và

phân phối lại cho tác nhân bán lẻ. GTGT mà nhà máy xay xát tạo ra ở kênh này là 1.923,06 đồng/kg nhưng do chi phí hao hụt khá cao nên GTGTT nhận được chỉ là 961,50 đồng/kg và tỷ lệ phân phối GTGTT mà nhà máy xay xát nhận được trong kênh là 27,51%.

**Bảng 5: Giá trị gia tăng và giá trị gia tăng thuần của các tác nhân trong các kênh thị trường chính của chuỗi giá trị lúa gạo**

Đơn vị tính: đồng/kg

Khoản mục	Nông hộ	Thương lái	Nhà máy	Công ty lương thực	Người bán lẻ	Tổng
<i>Kênh 1: Nông hộ - Thương lái - Công ty lương thực - Xuất khẩu</i>						
Giá bán	5.602,14	6.977,96		8.765,63		21.345,73
CPTG	2.357,11	5.602,14		6.898,75		14.858,00
GTGT	3.245,03	1.357,82		1.866,88		6.469,73
CPTT	1.549,41	544,21		1.818,31		3.911,93
GTGTT	1.695,62	831,61		48,57		2.575,80
% GTGTT	65,83	32,29		1,88		100,00
<i>Kênh 2: Nông hộ - Thương lái - Nhà máy - Bán lẻ - Người tiêu dùng</i>						
Giá bán	5.602,14	6.703,26	8.626,32		9.525,77	20.931,72
CPTG	2.357,11	5.602,14	6.703,26		8.620,76	23.283,27
GTGT	3.245,03	1.101,12	1.923,06		905,01	7.174,22
CPTT	1.549,41	695,72	961,56		472,89	3.679,58
GTGTT	1.695,62	405,4	961,5		432,12	3.494,64
% GTGTT	48,52	11,6	27,51		12,37	100,00
<i>Kênh 3: Nông hộ - Thương lái - Bán lẻ - Người tiêu dùng nội địa</i>						
Giá bán	5.602,14	8.540,44			9.525,77	23.668,35
CPTG	2.357,11	5.602,14			8.620,76	16.580,01
GTGT	3.245,03	2.938,30			905,01	7.088,34
CPTT	1.549,41	847,24			472,89	2.869,54
GTGTT	1.695,62	2.091,06			432,12	4.218,80
% GTGTT	40,19	49,57			10,24	100,00
<i>Kênh 4: Nông hộ - Công ty lương thực - Xuất khẩu</i>						
Giá bán	6.540,76			8.765,63		15.306,39
CPTG	2.357,11			6.898,75		9.255,86
GTGT	4.183,65			1.866,88		6.050,53
CPTT	1.549,41			1.818,31		3.367,72
GTGTT	2.634,24			48,57		2.682,81
% GTGTT	98,19			1,81		100,00

Nguồn: Số liệu khảo sát, năm 2016

Ghi chú: (3) = (1) - (2); (5) = (3) - (4); (6) = (5) / ΣGTGTT

Công ty lương thực: Ở kênh 1 và kênh 4, công ty lương thực là tác nhân góp phần tạo nên giá trị tăng thêm cho sản phẩm thông qua hoạt động xay xát và chà bóng. Từ đó, gạo thành phẩm đạt chất lượng xuất khẩu. GTGT công ty tạo ra ở 2 kênh là 1.866,88 đồng/kg và nhận về GTGTT là 48,57 đồng/kg. Theo đó, tỷ lệ phân phối GTGTT của công ty lương thực trong các kênh là rất thấp với tỷ lệ ở kênh 1 là 1,89% và kênh 4 là 1,81%.

Bán lẻ: Ở thị trường nội địa, bán lẻ là tác nhân đưa sản phẩm lúa gạo đến với người tiêu dùng cuối cùng. Tác nhân này có mặt ở kênh 2 và kênh 3 của chuỗi giá trị. Theo đó, GTGT được tác nhân bán lẻ tạo ra ở các kênh là như nhau, đều là 905,01 đồng/kg và nhận về GTGTT tương ứng là 432,12 đồng/kg gạo. Tỷ lệ phân phối GTGTT của bán lẻ ở kênh 2 là 12,37% và ở kênh thứ 3 là 10,24%.

Tóm lại, theo phân tích sự phân phối GTGT, GTGTT của các tác nhân qua 4 kênh thị trường cho

thấy, kênh thị trường thứ 2 và thứ 3 là hai kênh có GTGT và GTGTT cao nhất. Tuy nhiên, sự phân phối lợi ích của các tác nhân tham gia trong kênh không đồng đều, cụ thể, trong kênh 1 nông hộ là tác nhân nhận được lợi ích nhiều nhất, GTGTT nhận được lên đến 48,52%. Sự phân phối lợi ích giữa các tác nhân trong kênh 3 theo hướng có lợi cho người trồng lúa và thương lái với tỷ lệ phân phối của hai tác nhân lần lượt là 40,19% và 49,57%. Ở kênh 1, mặc dù GTGT được tạo ra bởi các tác nhân là khá cao, tuy nhiên GTGTT lại thấp nhất so với các kênh còn lại, chỉ đạt 2.575,80 đồng/kg GTGT. Kênh thị trường 4, mặc dù GTGT, GTGTT còn thấp so với 2 kênh thị

trường 2 và 3 nhưng ở kênh thị trường này có nhiều tiềm năng phát triển. Đây là kênh thị trường tạo ra lợi nhuận cho nông hộ nhiều nhất so với các kênh thị trường còn lại, tạo điều kiện nâng cao thu nhập cho nông hộ trồng lúa ở huyện Phong Điền.

### 3.5 Giải pháp hoàn thiện chuỗi giá trị lúa gạo ở huyện Phong Điền

#### 3.5.1 Phân tích SWOT

Dựa vào kết quả khảo sát thực tế và tham vấn ý kiến chuyên gia, chuỗi giá trị lúa gạo ở huyện Phong Điền có những điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức như sau:

**Bảng 6: Ma trận SWOT chuỗi giá trị lúa gạo ở huyện Phong Điền**

<b>ĐIỂM MẠNH (S)</b>	<b>CƠ HỘI (O)</b>
S1: Nông hộ có kinh nghiệm và kỹ thuật canh tác S2: Giống lúa có chất lượng, đạt năng suất S3: Hệ thống thủy lợi nội đồng tốt S4: Một số mô hình cánh đồng lớn liên kết sản xuất gắn với tiêu thụ mang lại hiệu quả tích cực. S5: Hoạt động mua bán giữa các tác nhân diễn ra nhanh chóng nhờ vào sự quen biết và uy tín.	O1: Nhu cầu sản phẩm lúa gạo của thị trường nội địa và xuất khẩu ngày càng cao. O2: Được sự quan tâm, hỗ trợ phát triển của chính quyền địa phương. O3: Hệ thống giao thông, thủy lợi trên địa bàn ngày càng hoàn thiện. O4: Được các đơn vị Viện, trường, công ty lương thực quan tâm hỗ trợ kỹ thuật.
<b>ĐIỂM YẾU (W)</b>	<b>THÁCH THỨC (T)</b>
W1: Chưa có biện pháp phòng trừ sâu bệnh, dịch hại, động vật gặm nhấm. W2: Vẫn còn hiện tượng “cò lúa”, ảnh hưởng đến hiệu quả thị trường lúa gạo của nông hộ. W3: Liên kết giữa nông hộ và doanh nghiệp vẫn chưa chặt chẽ. W4: Chưa phát huy được vai trò của hợp tác xã, mức ảnh hưởng của hợp tác xã không lớn.	T1: Chịu ảnh hưởng của biến đổi khí hậu, đặc biệt là hiệu ứng El Nino T2: Giá cả thị trường lúa gạo không ổn định, luôn biến động. T3: Yêu cầu chất lượng sản phẩm của thị trường ngày càng cao. T4: Giá vật tư, giá thuê lao động nông nghiệp ngày càng tăng.

Nguồn: Tham vấn ý kiến chuyên gia, năm 2016

#### 3.5.2 Một số giải pháp hoàn thiện chuỗi giá trị

Từ những điểm yếu và thách thức đang tồn tại, kết hợp với những điểm mạnh và cơ hội tiềm năng trong tương lai, nghiên cứu đề xuất một số giải pháp hoàn thiện chuỗi giá trị lúa gạo ở huyện Phong Điền, thành phố Cần Thơ như sau:

##### *Xây dựng vùng lúa nguyên liệu chất lượng cao.*

Hướng ứng chương trình sản xuất nông nghiệp hướng đến sản xuất sạch và tăng trưởng xanh được thành phố Cần Thơ triển khai từ năm 2006, hầu hết nông hộ trồng lúa đều canh tác giống có nguồn gốc và đảm bảo chất lượng. Bên cạnh đó, ngành nông nghiệp của huyện luôn nhận được sự hỗ trợ về công nghệ, kỹ thuật, hạt giống từ các đơn vị như Viện Lúa Đồng bằng sông Cửu Long, Trường Đại học Cần Thơ và đặc biệt là Công ty Lương thực Sông Hậu trong việc hợp tác xây dựng mô hình cánh đồng lớn. Ngoài ra, nông hộ trồng lúa trên địa bàn là những người có kinh nghiệm, có kỹ thuật canh tác khá tốt,

đồng thời hệ thống thủy lợi cũng như điều kiện tự nhiên thuận lợi cho sản xuất lúa. Với những điểm mạnh và cơ hội trên, việc xây dựng mối liên kết chặt chẽ 3 nhà “Nhà nông – Nhà doanh nghiệp – Nhà khoa học” là rất cần thiết, là tiền đề để xây dựng vùng lúa nguyên liệu chất lượng cao đáp ứng nhu cầu thị trường nội địa và xuất khẩu. Giải pháp này sẽ góp phần đẩy mạnh sản xuất lúa gạo chất lượng cao, hoàn thiện chuỗi giá trị lúa gạo của huyện theo hướng tiên tiến, hiệu quả và bền vững.

*Nâng cao hệ thống dự báo nông nghiệp và thông tin thị trường.* Nhằm giúp nông hộ, doanh nghiệp chủ động hơn trong việc tiêu thụ, xây dựng kế hoạch sản xuất hợp lý, ngành nông nghiệp cần nâng cao hoạt động dự báo thị trường. Hiện nay, các hoạt động nghiên cứu thị trường phục vụ cho việc sản xuất lúa gạo vẫn chưa được quan tâm. Trước tình hình diễn biến phức tạp của biến đổi khí hậu, hiện tượng xâm nhập mặn đã và đang gây ảnh hưởng đến sản xuất nông nghiệp khu vực ĐBSCL nói chung, huyện Phong Điền nói riêng, do đó ngành nông

ngành địa phương cần kịp thời cung cấp thông tin cảnh báo để nông hộ và doanh nghiệp chủ động phòng ngừa các biến cố thời tiết. Tập trung công tác thu thập thông tin và xây dựng hệ thống cung cấp thông tin thị trường cho các tác nhân tham gia từ khâu sản xuất đến tiêu thụ bao gồm, dự báo biến cố thời tiết, dự báo giá cả, nhu cầu thị trường, thị trường tiềm năng một cách nhanh chóng và hiệu quả. Bên cạnh đó, đa phần các tác nhân tham gia trong chuỗi giá trị sản phẩm lúa gạo không có sự liên kết hoặc mối quan hệ chỉ dừng lại ở hình thức trao đổi miệng. Do đó, tăng cường mối liên kết dọc và cả liên kết ngang giữa các tác nhân trong chuỗi là việc làm vô cùng cần thiết.

*Tăng cường chuyển giao khoa học kỹ thuật cho nông hộ sản xuất lúa.* Nâng cao trình độ sản xuất, áp dụng quy trình sản xuất tiên tiến như 3 giảm 3 tăng, 1 phải 5 giảm,... sản xuất lúa theo tiêu chuẩn VietGap, GlobalGap để tạo ra sản phẩm lúa gạo đạt chất lượng, xây dựng được thương hiệu lúa gạo của huyện, phù hợp tiêu chuẩn xuất khẩu để thâm nhập các thị trường khó tính là việc làm hết sức quan trọng. Để làm được điều đó, giải pháp này phải tập trung khai thác các nguồn lực sẵn có của nông hộ như: Sử dụng hợp lý nguồn lực lao động gia đình, kết hợp hiệu quả giữa kinh nghiệm sản xuất và kỹ thuật sản xuất tiên tiến (tiêu chuẩn GAP). Vì vậy, vai trò của cán bộ khuyến nông, các đơn vị tập huấn kỹ thuật là rất quan trọng, thông qua các buổi tập huấn người nông dân có thể nắm bắt được kỹ thuật một cách dễ dàng. Trước tình hình biến đổi khí hậu ảnh hưởng đến sản xuất nông nghiệp nói chung, sản xuất lúa gạo nói riêng, việc cần thiết là phải tăng cường năng lực sản xuất của nông dân, áp dụng các tiến bộ khoa học kỹ thuật tiên tiến, giúp nông dân kịp thời ứng phó với tình hình biến đổi khí hậu, xây dựng phương thức sản xuất hiệu quả.

#### 4 KẾT LUẬN

Nghiên cứu đã chỉ ra rằng, phần lớn nông hộ trồng lúa đều có kinh nghiệm sản xuất lâu năm, tuy nhiên trình độ học vấn cũng như khả năng tiếp cận thông tin thị trường của nông hộ còn rất hạn chế. Kết quả phân tích kinh tế chuỗi cho thấy, chuỗi giá trị sản phẩm lúa gạo có 4 kênh thị trường chính bao gồm

các tác nhân: Nông hộ, thương lái, nhà máy xay xát, công ty lương thực và tác nhân bán lẻ. Trong đó, nông hộ là tác nhân tạo ra GTGT cao nhất trong chuỗi, kể đến là tác nhân thương lái và nhà máy xay xát. Tuy vào từng kênh thị trường mà sự phân phối GTGTT giữa các tác nhân có sự khác nhau. Tuy nhiên, ở hầu hết các kênh thị trường chính, nông hộ trồng lúa luôn là tác nhân nhận được sự phân phối GTGTT cao, kể đến là tác nhân thương lái. Mặc dù nông hộ là tác nhân có sự phân phối lợi nhuận cao nhất trong chuỗi giá trị nhưng vì thời gian quay vòng vốn chậm và sản lượng sản xuất của các hộ ít nên nông hộ không nhận được tỷ lệ phân phối lợi nhuận cao. Ngược lại, với sự phân phối lợi nhuận khá cao, sản lượng lúa gạo giao dịch lớn và mức độ quay vòng vốn nhanh, thương lái đường dài là tác nhân đầu tư hiệu quả nhất trong chuỗi giá trị. Bên cạnh đó, nghiên cứu đề xuất 3 giải pháp hoàn thiện chuỗi giá trị lúa gạo ở huyện Phong Điền, thành phố Cần Thơ bao gồm: (i) Xây dựng vùng lúa nguyên liệu chất lượng cao, (ii) Nâng cao hệ thống dự báo nông nghiệp và thông tin thị trường, (iii) Tăng cường chuyển giao khoa học kỹ thuật cho nông hộ sản xuất lúa.

#### TÀI LIỆU THAM KHẢO

- GTZ, 2007. Valuelinks manual. The methodology of value chain promotion. Eschborn, Germany: Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ).
- Kaplinsky and Morris, 2001. A handbook for value chain research. The Institute of Development Studies, University of Sussex. Brighton, United Kingdom.
- Trần Tiến Khai, 2011. Báo cáo nghiên cứu phân tích chuỗi giá trị dứa Bến Tre. Dự án Phát triển kinh doanh với người nghèo Bến Tre (Dự án DBRP Bến Tre).
- Võ Thị Thanh Lộc, 2010. Chuỗi giá trị và kết nối thị trường, Sở Nông nghiệp và phát triển nông thôn tỉnh An Giang (Dự án ICRE).
- Võ Thị Thanh Lộc và Nguyễn Phú Sơn, 2013. Giáo trình phân tích chuỗi giá trị sản phẩm (ứng dụng trong lĩnh vực nông nghiệp). Nhà xuất bản Đại học Cần Thơ.