



TRƯỜNG ĐẠI HỌC CẦN THƠ
CANTHO UNIVERSITY

Tạp chí
KHOA HỌC

Journal of Science

ISSN : 1859-2333

Số định kỳ 14 năm 2010
Volume: 14 - 2010

CÁC GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN NGÀNH HÀNG BƯỞI NĂM ROI PHÚ HỮU HẬU GIANG

Mai Văn Nam¹ và Nguyễn Thị Phương Dung¹

ABSTRACT

The research aimed to study how to develop Nam Roi Phu Huu Pomelo production in Hau Giang. Objectives of the study are (1) to evaluate the production efficiency and its determinant, (2) to analyze the marketing channel. This paper applied researches methods of descriptive statistics, Discriminant function, Probit, marketing channels of pomelo in Hau Giang province – Vietnam. The sample size of the researches was 239 households and 49 middlemen involving in the marketing channel in the following provinces Hau Giang, Can Tho, Vinh Long, Tien Giang and Ho Chi Minh city. The main problems of pomelo farmer in Hau Giang was low price, lack of market information. Suggested solutions to increase pomelo production, consumption efficiency and competitive capacity are: (1) to enhance high-quality hybridization, (2) to enhance high-production and crop specialization, (3) increase domestic and export market, (4) to encourage foreign investment in food processing, (5) to connect production and consumption system, (6) and to apply modern food processing technologies.

Keywords: Production efficiency, marketing channels of pomelo in Hau Giang province

Title: Solutions to develop Nam Roi Phu Huu Pomelo production in Hau Giang

TÓM TẮT

Đề tài “Các giải pháp phát triển ngành hàng bưởi Năm Roi Phú Hữu Hậu Giang”, mục tiêu của đề tài là phân tích hiệu quả sản xuất của nông hộ ở Hậu Giang và phân tích kênh tiêu thụ bưởi Năm Roi ở Hậu Giang, đồng thời đề xuất các giải pháp nhằm phát triển hiệu quả sản xuất và tiêu thụ bưởi Năm Roi ở Hậu Giang. Đề tài sử dụng các phương pháp: thống kê mô tả, chi phí trung gian, giá trị gia tăng và chiết khấu dòng tiền, CBA để tính hiệu quả sản xuất của nông hộ, phương pháp phân tích thị trường (Marketing channel) và phân tích phân biệt, mô hình Probit để xác định lợi nhuận của nông hộ phụ thuộc vào yếu tố nào, cuối cùng là ma trận SWOT để đề xuất giải pháp. Số liệu của đề tài được thu thập theo phương pháp ngẫu nhiên, phân tầng. Việc sản xuất và tiêu thụ bưởi năm roi Phú Hữu Hậu Giang mang hiệu quả tài chính cho nông dân và các tác nhân tham gia tiêu thụ. Tác giả đề xuất một số giải pháp như: đẩy mạnh và quản lý tốt công tác lai tạo giống có chất lượng, tổ chức về qui mô sản xuất, vùng chuyên canh; phát triển thị trường trong nước và xuất khẩu; thu hút vốn đầu tư vào lĩnh vực chế biến; liên kết sản xuất–tiêu thụ, đẩy mạnh công nghệ sau thu hoạch.

Từ khóa: Hiệu quả sản xuất, kênh tiêu thụ bưởi Năm Roi Hậu Giang

1 ĐẶT VẤN ĐỀ

Hậu Giang một tỉnh được chia tách từ tỉnh Cần Thơ với các đặc sản: cá Thát Lát, Khóm Cầu Đức và bưởi Năm Roi Phú Hữu. Bưởi Năm Roi Phú Hữu có diện tích lớn và đã hình thành thương hiệu từ rất lâu, ngành sản xuất bưởi đã mang lại

¹ Trường Đại học Cần Thơ

thu nhậ
nhiên, 1
trên bu
Thêm v
những
động g
trường
học kỹ
cần thụ
Phú H
toàn diệ
phù hợp
thu nhậ
tham gia
đổi và l

2 PHU

2.1 Th

Đề
gia tiêu
bán lẻ
Chí Mi

2.2 M

(1).
tỉnh
(2).
(3).
Roi

2.3 K

Việc sả
xuất và

2.4 Ph

Số
thống k
giám th

Số

tham g
điều tr
đối tượ
sản xuấ
và 30
Vinh L

thu nhập chính của người dân ở Hậu Giang đặc biệt là khu vực xã Phú Hữu. Tuy nhiên, năm 2008 giá bưởi Năm Roi ở Hậu Giang xuống thấp, tình hình dịch bệnh trên bưởi tràn lan, nông dân đã đốn bỏ hàng loạt và chuyển sang trồng cây khác. Thêm vào đó, hệ thống sản xuất và thị trường tiêu thụ sản phẩm bưởi đang tồn tại những điểm yếu như sự phát triển của ngành thiếu ổn định và bền vững vì sự biến động giá cả, chất lượng sản phẩm kém và không đồng đều, thiếu kiến thức thị trường và khó khăn trong việc tiếp cận thông tin thị trường cũng như tiến bộ khoa học kỹ thuật được cho là điểm yếu của ngành. Vì vậy nhu cầu cấp thiết đặt ra là cần thực hiện đề tài nghiên cứu “Các giải pháp phát triển ngành hàng bưởi năm roi Phú Hữu tỉnh Hậu Giang” không chỉ giúp cho tỉnh Hậu Giang có được cái nhìn toàn diện về hệ thống sản phẩm và thị trường tiêu thụ mà còn đề xuất các giải pháp phù hợp cho sự phát triển trong thời gian tới thông qua phân tích cơ cấu chi phí-thu nhập, chi phí trung gian, giá trị gia tăng và tình hình tiêu thụ của các tác nhân tham gia các quan hệ gắn kết, ảnh hưởng của từng cơ cấu, các điểm yếu cần thay đổi và hướng hỗ trợ giúp cho ngành này có được lợi thế cao nhất.

2 PHƯƠNG TIỆN VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1 Thời gian và địa bàn nghiên cứu

Đề tài tiến hành điều tra nông hộ sản xuất ở Hậu Giang và các tác nhân tham gia tiêu thụ bưởi Năm Roi Hậu Giang như thương lái ở Hậu Giang, vừa và người bán lẻ ở Cần Thơ, Tiền Giang và công ty chế biến, xuất khẩu ở Vĩnh Long, TP. Hồ Chí Minh (TPHCM). Số liệu được thu thập từ 3/4/2009 đến 15/5/2009.

2.2 Mục tiêu nghiên cứu

- (1). Phân tích thực trạng sản xuất và hiệu quả sản xuất bưởi Năm Roi Phú Hữu tỉnh Hậu Giang.
- (2). Phân tích kênh tiêu thụ sản phẩm bưởi Năm Roi Phú Hữu tỉnh Hậu Giang.
- (3). Đề xuất giải pháp nâng cao hiệu quả sản xuất bưởi và tiêu thụ bưởi Năm Roi Phú Hữu tỉnh Hậu Giang.

2.3 Kiểm định giả thuyết

Việc sản xuất bưởi Năm Roi Hậu Giang mang lại hiệu quả tài chính cho người sản xuất và các tác nhân tham gia tiêu thụ bưởi Năm Roi Hậu Giang.

2.4 Phương pháp nghiên cứu

Số liệu thứ cấp: Thu thập từ các cơ quan chức năng có liên quan như cục thống kê, sở nông nghiệp tỉnh Hậu Giang... các số liệu trên internet, báo, đài, niên giám thống kê, các tài liệu nghiên cứu có liên quan.

Số liệu sơ cấp: Đề tài tiến hành điều tra các nông hộ sản xuất và các tác nhân tham gia tiêu thụ bưởi Năm Roi Phú Hữu ở Hậu Giang, cơ cấu mẫu: Tổng số mẫu điều tra là 318 mẫu. Phương pháp lấy mẫu ngẫu nhiên phân tầng. Phân tầng theo đối tượng nghiên cứu và vùng nghiên cứu. Trong đó, phỏng vấn trực tiếp nông dân sản xuất 239 hộ và 35 thương lái tiêu thụ bưởi Năm Roi ở Hậu Giang, 11 vừa bưởi và 30 người bán lẻ ở Cần Thơ và Tiền Giang, 3 công ty chế biến và xuất khẩu ở Vĩnh Long, TPHCM.

2.5 Phương pháp phân tích

Mục tiêu 1: Sử dụng thống kê mô tả, chiết khấu dòng tiền, chi phí trung gian (IC) và giá trị gia tăng (VA), phân tích phân biệt và mô hình Probit.

Thống kê mô tả được sử dụng để mô tả thực trạng sản xuất và hoạt động của các tác nhân, phân tích chi phí trung gian được dùng để đánh giá sự chuyển dịch cơ cấu lợi ích và chi phí giữa các tác nhân.

Phân tích phân biệt: Được sử dụng để phân biệt nhóm yếu tố ảnh hưởng đến lợi nhuận của nông hộ có thu nhập cao và nông hộ có thu nhập thấp.

$$D = b_0 + b_1X_1 + b_2X_2 + \dots + b_nX_n$$

Trong đó: D là điểm phân biệt; b_i : các hệ số hay trọng số phân biệt ($i = 1, n$); X_i : các biến độc lập ($i = 1, n$).

Mô hình Probit đánh giá khả năng mở rộng hay thu hẹp quy mô sản xuất của nông hộ. Mô hình Probit ước lượng xác suất xảy ra của biến phụ thuộc như là một hàm số của các biến độc lập. Đây là mô hình hồi quy tuyến tính có điều kiện.

Giả sử rằng chúng ta có mô hình hồi quy:

$$Y = \beta_1 + \beta_2X + U$$

Trong đó Y là biến nhị phân hai giá trị:

Y = 0: Hộ không mở rộng quy mô sản xuất bưởi

Y = 1: Hộ mở rộng quy mô sản xuất bưởi

X: Các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng mở rộng quy mô sản xuất bưởi của hộ

Khi đó mô hình Probit như sau:

Mục tiêu 2: Sử dụng phương pháp phân tích chi phí – lợi ích CBA và phương pháp phân tích kênh thị trường. Phương pháp phân tích kênh thị trường (Marketing channel): Để xác định chi phí marketing (marketing cost), marketing biên tế (marketing margin).

3 TỔNG QUAN ĐỊA BÀN NGHIÊN CỨU

3.1 Tình hình sản xuất bưởi Năm Roi-Hậu Giang

Bưởi Năm Roi Hậu Giang đã có cách đây 55 năm và được nhiều người biết đến. Mặc dù, Hậu Giang có diện tích về cây ăn trái thấp hơn Tiền Giang, Vĩnh Long nhưng diện tích trồng bưởi Năm Roi lại cao hơn 2 tỉnh này. Năng suất, sản lượng và chất lượng cao hơn những khu vực khác trong tỉnh cũng như các tỉnh khác ở Đồng bằng sông Cửu Long. Hậu Giang có 2 hợp tác xã thu mua bưởi và bán lại cho các công ty xuất khẩu trực tiếp tại TP HCM, trên địa bàn có một lực lượng thương lái lớn khoảng 800 hộ kinh doanh, thương lái địa phương là những người sản xuất bưởi và thu mua bưởi của những người ở cùng địa phương và vận chuyển đi Tiền Giang, Vĩnh Long, TP HCM tiêu thụ. Trong vài năm trở lại đây Hậu Giang được đầu tư phát triển thế mạnh về loại đặc sản này, có diện tích lớn trong vùng. Hậu Giang được đầu tư phát triển thế mạnh về cây bưởi nên diện tích bưởi của tỉnh tăng mạnh qua các năm. Tuy nhiên, vẫn không thoát khỏi thực trạng

chung trái cây Hậu Giang cũng gặp nhiều khó khăn về khâu tiêu thụ và đầu tư sản xuất.

Bảng 1: Diện tích bưởi Năm Roi của 3 tỉnh ĐBSCL qua các năm

Năm	ĐVT	2005	2006	2007	2008
Hậu Giang	Ha	6.840	7.032	7.296	6.652
- DT cho trái	Ha	4.801	4.891	5.862	5.697
- Năng Suất	Tấn	222,1	226,8	219,5	221,6
- Sản lượng	Tạ/ha	63.433	62.240	63.861	63.480
Vĩnh Long	Ha	5.467	6.575	7.700	7.789
- DT cho trái	Ha	3.680	4.745	5.585	5.907
- Năng Suất	Tấn	144,4	126,6	128,6	128,5
- Sản lượng	Tạ/ha	56.832	60.050	71.808	75.902
Tiền Giang	Ha	5.119	5.908	6.506	5.499
- DT cho trái	Ha	2.987	3.418	4.091	5.183
- Năng Suất	Tấn	166,4	165,3	151,8	143,6
- Sản lượng	Tạ/ha	49.710	56.448	62.092	74.425

Nguồn: Thống kê sở nông nghiệp các tỉnh năm 2008

3.2 Tình hình tiêu thụ

Giá trị xuất khẩu: bưởi Năm Roi Hậu Giang được chia làm 3 loại: bưởi loại 1, loại 2 là những trái bưởi đạt tiêu chuẩn màu vàng sáng, bóng, có kích thước từ 1,4 tấc và nặng từ 1,2kg trở lên được lựa chọn và xuất khẩu trực tiếp sang thị trường Mỹ, Châu Âu (Đức, Pháp), Châu Á (Hong Kong, Singapore). Theo báo cáo của sở nông nghiệp năm 2007 sản lượng bưởi Năm Roi Hậu Giang xuất khẩu thông qua các công ty xuất khẩu TPHCM khoảng 2.000 tấn/năm, chiếm khoảng 4% sản lượng bưởi của tỉnh. Bưởi loại 3 là những bưởi không đạt tiêu chuẩn bưởi loại 1 và 2 (còn gọi là bưởi dạn hay bưởi dặt) được các thương lái vận chuyển sang công ty Hoàng Gia Vĩnh Long ép nước và xuất khẩu, công ty này có dây chuyền ép nước bưởi đóng lon có công suất 4,5 triệu sản phẩm/năm và sản phẩm nước bưởi ép chủ yếu được xuất khẩu sang Đức, Tây Ban Nha và Pháp.

Tiêu thụ nội địa: Khoảng 95% sản lượng bưởi Hậu Giang được tiêu thụ nội địa, chủ yếu được bán vào các siêu thị TPHCM, Hà Nội và các đại lý ở Đồng bằng sông Cửu Long, Nha Trang, Bà Rịa Vũng Tàu, Đà Nẵng, Huế, Cà Mau. Sản lượng bưởi đặc sản hiện nay chưa đáp ứng nhu cầu tiêu thụ của thị trường nội địa.

4 KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

4.1 Thực trạng sản xuất và hiệu quả sản xuất bưởi năm roi Phú Hữu Hậu Giang

Nhìn chung trình độ của chủ hộ còn rất thấp có 37,7% nông hộ đạt trình độ cấp 1; 41,1% đạt trình độ cấp 2, trình độ thấp sẽ ảnh hưởng đến hiệu quả sản xuất của người dân. Do những suy nghĩ và nhận thức cũng như khả năng tiếp cận với khoa học kỹ thuật của họ còn hạn chế mà sản xuất ngày nay đòi hỏi người nông dân phải nhạy bén nắm bắt thông tin và áp dụng những tiến bộ khoa học kỹ thuật trong sản xuất để nâng cao chất lượng hàng hóa nông sản, đáp ứng nhu cầu ngày

càng khó tính của người tiêu dùng đồng thời nâng cao năng suất cây trồng để tăng thu nhập cải thiện đời sống.

Qua số liệu điều tra cho thấy số hộ nông dân có diện tích đất dưới 10 công (chiếm 60,6%). Trung bình mỗi hộ nông dân có khoảng 9,5 công đất và mỗi hộ trồng bưởi trung bình 8,1 công, chiếm 85% tổng diện tích đất gia đình hiện có. Điều đó cho thấy diện tích đất trồng bưởi của nông hộ tương đối lớn. Riêng xã Phú Hữu, diện tích đất trồng bưởi lại chiếm đến 98% tổng diện tích đất vì đây là nơi tập trung sản xuất bưởi lớn nhất tỉnh Hậu Giang. Giống bưởi chủ yếu là giống nhà và tiếp theo là giống tại địa phương, nguyên nhân giá bán rẻ hơn và có phương tiện chuyên chở tận nhà so với cơ sở cung cấp giống (vườn ươm) và ít tốn công hơn so với giống nhà nhưng các loại giống ghe bán trôi nổi không rõ nguồn gốc nên đã dẫn đến tình trạng chất lượng giống không tốt có nhiều sâu bệnh, lây lan nhanh, các vườn bưởi hiện nay gặp rất nhiều khó khăn vì không chữa được sâu bệnh.

Tình hình sâu bệnh trên cây bưởi ở các vườn hiện nay khá cao 91% số hộ điều tra, bưởi thường gặp các loại bệnh: vàng lá, rệp sáp ong, nấm mốc trên thân cây, xì mũ gốc, thối rễ,... những loại bệnh này gây tổn thất rất lớn đối với nhà vườn và là nguyên nhân ảnh hưởng trực tiếp đến lợi nhuận của nông hộ. Tuổi thọ bình quân của cây bưởi từ 10 – 20 năm, nếu đất tốt cây có thể sống lâu hơn. Cây trồng sau 3 năm sẽ cho trái quanh năm. Theo người sản xuất bưởi, mùa thu hoạch bưởi chính vào khoảng tháng 8, 9 và mùa nghịch khoảng tháng 2 đến tháng 4.

Đánh giá hiệu quả sản xuất của hộ trồng bưởi Năm Roi Hậu Giang

Bảng 2: Hiệu quả trồng bưởi bình quân/ha chiết tính lãi suất 8%/năm

Chỉ tiêu	ĐVT	Chuyên canh	Xen canh	Bình quân
1. Doanh thu bình quân	1.000 đồng	1.148.852,8	1.519.731,9	1.334.292,4
2. Tổng chi phí (có LĐ nhà)	1.000 đồng	238.332,9	419.196,3	328.764,6
Chi phí LĐ nhà	1.000 đồng	13.770,0	28.080,0	20.925,0
3. Thu nhập	1.000 đồng	924.289,9	1.128.915,6	1.026.452,8
4. Lợi nhuận	1.000 đồng	910.519,9	1.100.535,6	1.005.527,8
5. Hiệu quả				
Thu nhập/lao động nhà	lần	67,12	40,19	53,65
Lợi nhuận/doanh thu	lần	0,79	0,72	0,75
Lợi nhuận/chi phí	lần	3,82	2,63	3,06

Nguồn: Số liệu điều tra, năm 2009

Nhìn chung thu nhập của nông hộ khá cao, bình quân là 1.026.452,8 đồng/ha, cơ cấu thu nhập trên lao động gia đình nếu gia đình chỉ 1 đồng cho công chăm sóc vườn thì thu nhập mang lại bình quân là 53,65 đồng. Sau khi trừ các khoản chi phí thì các hộ trồng bưởi thu được lợi nhuận bình quân là 1.005.527.800 đồng/ha, với một đồng đầu tư người nông dân lời được 3,06 đồng. Đối với các hộ trồng bưởi chuyên canh thì thu được lợi nhuận là 910.519.900 đồng/ha, tức là bỏ ra một đồng chi phí thì lời được 3,82 đồng. Đối với các hộ trồng xen canh thì thu được lợi nhuận là 1.100.535.600 đồng/ha, tức là bỏ ra 1 đồng chi phí thì thu được 2,63 đồng lợi nhuận. Tính bình quân chung trên 2 mô hình thì khi bỏ ra 328.764.600 đồng thì thu được lợi nhuận là 1.005.527.800 đồng tức là bỏ ra 1 đồng chi phí thì mức lợi nhuận thu được là 3,06 đồng. Đây là mức lợi nhuận khá cao.

Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến lợi nhuận và khả năng mở rộng sản xuất của nông hộ

Bảng 3: Kiểm định phân biệt lợi nhuận của nông hộ trồng bưởi

Biến	Hệ số hồi qui (coefficients)	Tác động biên (Dy/dx)	Ý nghĩa thống kê (P> Z)
- Phương thức sản xuất (X ₁)	0,833	0,409	0,403
- Số lao động (X ₂)	0,152	0,220	0,471
- Trình độ (X ₃)	0,114	0,091	0,740
- Kinh nghiệm (X ₄)	-0,097	-0,713	0,845
- Diện tích (X ₅)	0,026	0,050	0,434
- Chi phí sản xuất* (X ₆)	0,058	-0,750	0,005
- Mật độ* (X ₇)	0,005	0,123	0,087
- Tập huấn* (X ₈)	0,549	0,215	0,031
- Giá bán (X ₉)	0,002	-0,148	0,967
- Vốn (X ₁₀)	-0,376	-0,121	0,866
- Sâu bệnh (X ₁₁)	-0,733	-0,171	0,257
- Năng suất* (X ₁₂)	0,069	0,680	0,016
- Chu kỳ sống* (X ₁₃)	0,167	0,840	0,051
Hệ số chặn	-0,717	0,409	

Nguồn: Kết quả xử lý bằng phần mềm SPSS từ số liệu điều tra, năm 2009

Mỗi dòng đời cây bưởi khác nhau ở từng hộ và từng mô hình vì thế có người lợi nhuận cao có người lợi nhuận thấp, thậm chí có người lỗ vốn đầu tư do sâu bệnh làm cho thời gian thu hoạch ngắn đi. Để xác định những nhân tố nào tạo nên sự khác biệt về lợi nhuận như thế, ta sử dụng hàm phân tích phân biệt.

Kết quả mô hình

Qua phương pháp phân tích hàm phân biệt ta có giá trị R² là 36,72% với độ tự do là 13. Và với mức ý nghĩa quan sát là sig. = 0,009 rất nhỏ so với 0,01 điều này cho ta kết luận hàm phân biệt có ý nghĩa thống kê. Ta có kết quả các yếu tố ảnh hưởng đến lợi nhuận của nông hộ trồng bưởi Năm Roi Hậu Giang như sau

$$D = -0,717 + 0,058X_6 + 0,005X_7 + 0,549X_8 + 0,069X_{12} + 0,167X_{13}.$$

Ta thấy dấu của hệ số các biến độc lập với mức ý nghĩa của các biến cho ta giải thích sự tác động của chúng trong sự phân biệt lợi nhuận của hộ. Theo kết quả đó, ta có thể kết luận lợi nhuận của hộ bị tác động bởi chi phí sản xuất, mật độ, tập huấn, năng suất và chu kỳ sống. Đây là những yếu tố tác động trực tiếp và góp phần quan trọng tạo nên lợi nhuận của nông hộ. Thực tế cho thấy hộ nào sản xuất có chu kỳ lâu năm thì lợi nhuận của họ cao hơn, điều này còn phụ thuộc vào cách thức chăm sóc ở phân bón, thuốc trừ bệnh và dưỡng cây. Trong các yếu tố tác động thì tập huấn ảnh hưởng nhiều đến lợi nhuận hơn các yếu tố khác, nguyên nhân khi nông dân tham gia các lớp tập huấn họ sẽ có được những kỹ thuật sản xuất hiệu quả hơn, kể đến là chu kỳ sống, năng suất, mật độ là những yếu tố tạo nên sự khác biệt giữa 2 nhóm lợi nhuận. Ta có kết quả hàm phân tích phân biệt lợi nhuận của hộ sản xuất bưởi như sau:

Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng mở rộng sản xuất của nông hộ

Xác định các yếu tố ảnh hưởng đến quyết định có mở rộng quy mô trồng bưởi của nông hộ. Để đề xuất giải pháp có hiệu quả, trước hết cần xác định xu hướng sản xuất của nông hộ được điều tra phụ thuộc vào yếu tố nào. Trong nghiên cứu này, ta xem khả năng mở rộng hay không mở rộng quy mô sản xuất và những yếu tố nào ảnh hưởng đến quyết định của họ.

Bảng 4: Kết quả hồi quy mô hình Probit cho khả năng mở rộng quy mô của hộ sản xuất bưởi ở Hậu Giang

Biến giải thích	dF/dx	Giá trị P
Kinh nghiệm (X_1)	-0,014	0,145
Lao động (X_2)	0,033	0,350
Diện tích (X_3)	0,005	0,532
Giá bán bưởi (X_4)	-0,002	0,123
Sâu bệnh (X_5)	-0,004	0,844
Tập huấn (X_6)	-0,017	0,854
Tuổi (X_7)	0,124	0,011
Năng suất (X_8)	0,283	0,003
% dự báo đúng của mô hình (%)	70,83	
Giá trị kiểm định P của mô hình	0,000	

Nguồn: Kết quả xử lý bằng phần mềm Stata từ số liệu điều tra năm 2009

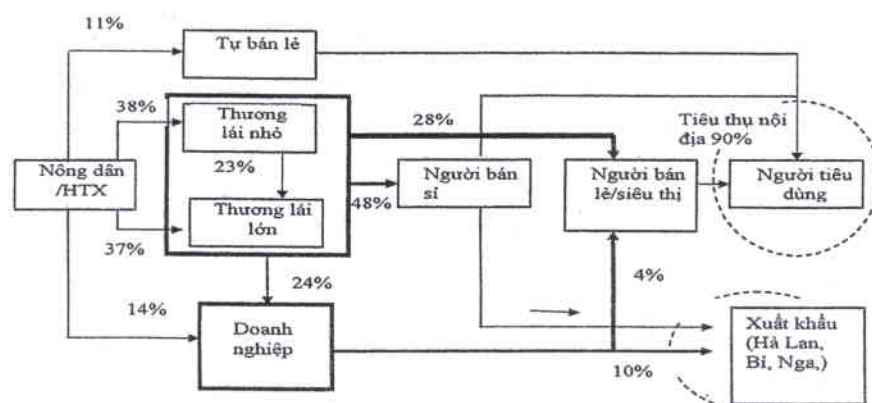
- Tuổi chủ hộ: Dấu hệ số phù hợp với dấu kỳ vọng và có ý nghĩa thống kê khá cao. Điều này khá phù hợp với thực tế là khi tuổi chủ hộ cao thì số năm họ gắn bó với vườn bưởi lâu vì thế cách thức chăm sóc và am hiểu quá trình sản xuất sao cho có hiệu quả nhất. Theo kết quả trên khi hộ có độ tuổi cao thì khả năng tiếp tục sản xuất tăng lên là 12,4% tác động này là khá lớn.
- Năng suất: Dấu của mô hình phù hợp với dấu kỳ vọng, có ý nghĩa thống kê và là yếu tố quan trọng nhất trong mô hình, có ảnh hưởng đến quyết định không mở rộng quy mô. Kết quả cho thấy, khi năng suất tăng lên thì khả năng mở rộng quy mô là 28,3%.

Kết hợp với phân tích hiệu quả sản xuất ở quy mô sản xuất lớn thì người sản xuất thu được lợi nhuận cao và ta thấy rằng họ tiếp tục sản xuất. Kết quả điều tra cho thấy có 71,7% hộ tiếp tục sản xuất bưởi. Tuy nhiên, vẫn còn 28,3% hộ sẽ chuyển sang trồng cây khác, nguyên nhân là họ đã sản xuất vườn bưởi lâu năm, đất đã không còn cho cây bưởi phát triển. Thêm vào đó, giá phân bón tăng cao nhưng giá bưởi thấp, trong khi đó giá các loại cây khác cao vì thế họ chuyển sang trồng cây khác.

4.2 Phân tích kênh tiêu thụ bưởi năm roi Phú Hữu Hậu Giang

Kênh tiêu thụ bưởi Năm Roi Hậu Giang gồm 3 kênh, kênh quan trọng nhất là kênh số 1. Đây là kênh chính, chiếm 75% lượng bưởi tiêu thụ Hậu Giang. Ngoài kênh này, 2 kênh còn lại tiêu thụ một lượng nhỏ hơn nhiều:

- (1) Nông dân – Thương lái – Người buôn sỉ – Người bán lẻ – Người tiêu dùng
- (2) Nông dân – Doanh nghiệp – Đại lý, siêu thị và xuất khẩu.
- (3) Nông dân – Người tiêu dùng.



Hình 1: Kênh tiêu thụ bưởi Năm Roi Hậu Giang

Bảng 5: Hiệu quả kinh tế tính theo 1 đồng chi phí trung gian của các tác nhân trong ngành hàng bưởi Năm Roi, tỉnh Hậu Giang, năm 2008

Tác nhân	VA		GPr		NPr	
	Gía trị (đ)	Cơ cấu (%)	Gía trị (đ)	Cơ cấu (%)	Gía trị (đ)	Cơ cấu (%)
Tổng các tác nhân	8.346.513	100,0	6.820.179	100,0	6.170.535	100,0
- Nông dân	1.527.408	18,3	953.307	14,0	894.365	14,5
- Thương lái	1.464.798	17,5	1.181.292	17,3	1.091.829	17,7
- Vựa (buôn sỉ)	931.583	11,2	801.266	11,7	718.709	11,6
- Người bán lẻ	993.471	11,9	799.441	11,7	799.441	13,0
- Công ty xuất khẩu	3.429.253	41,1	3.084.873	45,2	2.666.191	43,2

Nguồn: Tổng hợp tính toán của tác giả, năm 2009

Kết quả cho thấy công ty xuất khẩu là người tạo ra giá trị gia tăng lớn trong các tác nhân (41,1%), trong đó cơ cấu lãi gộp hay lãi thuần công ty cũng chiếm tỷ trọng 45,2%.

Ba tác nhân là nông dân (người sản xuất), thương lái và công ty xuất khẩu chiếm 76,9% giá trị gia tăng và nhận được 75,4% lợi nhuận ròng của ngành, còn các tác nhân khác đóng góp 23,1% giá trị và nhận được 24,6% lợi nhuận của ngành. Đây là kênh kinh doanh khá tốt. Tuy nhiên, khó có thể phát triển rộng vì hiện nay các công ty kinh doanh này đang gặp khó khăn ở thị trường đầu ra và đầu vào chất lượng chưa đồng nhất.

Trong các tác nhân tham gia thì tác nhân công ty xuất khẩu là có lợi nhuận ròng là cao nhất vì các công ty có chính sách bao tiêu sản phẩm của người nông dân nên mua sản phẩm với giá rẻ hơn mua hàng thông qua thương lái, các nhà buôn sỉ. Giá mua tối thiểu là 3.000 – 3.500 đồng/kg (giá cân xô các loại) nên buộc các thương lái cũng phải bán với giá này trở lại. Mặt khác do bưởi Năm Roi là loại bưởi đặc sản được tiêu thụ mạnh ở thị trường TPHCM nên có giá cao hơn các loại bưởi khác. Ngoài ra, bưởi Năm Roi Phú Hữu được thu hoạch vào thời điểm Tết Nguyên Đán nên đáp ứng kịp thời nhu cầu cao về tiêu thụ nội địa dung để trung (do nhu cầu cao, nên giá cũng rất cao). Đây là lợi thế về thị trường nội địa của

bưởi Năm Roi. Riêng thị trường xuất khẩu, bưởi Năm Roi là loại bưởi cao cấp nên thường xuất với giá cao hơn từ 3 đến 4 lần so với giá nội địa.

Nếu đánh giá hiệu quả kinh tế của các tác nhân tiêu thụ bưởi theo 4 chỉ tiêu: Tỷ suất giá trị sản phẩm theo chi phí trung gian P/IC, tỷ suất giá trị gia tăng theo chi phí trung gian VA/IC, tỷ suất lãi gộp theo chi phí trung gian GPr/IC và lãi ròng theo chi phí trung gian NPr/IC ta thấy nông dân (người sản xuất) có hiệu quả kinh tế cao nhất trong tổng các tác nhân. Mặc dù tỷ suất giá trị sản phẩm theo chi phí trung gian của công ty xuất khẩu là cao nhất nhưng mức đầu tư cao làm cho hiệu quả chung giảm, tức là 1 đồng chi phí trung gian mà người nông dân chi ra sẽ tạo ra 0,597 đồng lợi nhuận ròng. Tác nhân có hiệu quả kinh tế thứ 2 là công ty xuất khẩu với mức lợi nhuận ròng theo chi phí trung gian là 0,391 đồng, kế đến là thương lái và cuối cùng là vừa (người buôn sỉ).

Bảng 6: Hiệu quả kinh tế tính theo 1 đồng chi phí trung gian của các tác nhân trong ngành hàng bưởi Năm Roi, tỉnh Hậu Giang

Tác nhân	P/IC	VA/IC	GPr/IC	NPr/IC
Tổng các tác nhân	1,374	0,417	0,341	0,308
- Nông dân	1,452	1,020	0,637	0,597
- Thương lái	1,463	0,463	0,374	0,345
- Vừa (người buôn sỉ)	1,223	0,223	0,191	0,172
- Người bán lẻ	1,228	0,228	0,183	0,183
- Công ty xuất khẩu	1,503	0,503	0,452	0,391

Nguồn: Tổng hợp tính toán của tác giả, năm 2009

Bảng 7: So sánh chi phí Marketing và lợi nhuận của các thành viên tham gia vào kênh tiêu thụ sản phẩm bưởi

Đối tượng	Giá mua	Giá bán	Marketing biến tế	ĐVT: Đồng/kg	
				Chi phí Marketing	Lợi nhuận biên
Nông dân	-	2.900	-	-	-
Thương lái	2.577	4.625	2.048	957	1.091
Nhà buôn sỉ	3.758	5.116	1.358	639	719
Người bán lẻ	4.307	5.353	1.046	248	798
Doanh nghiệp	5.300	10.250	4.950	2.284	2.666

Nguồn: Tổng hợp tính toán của tác giả, năm 2009

Nhìn chung, chi phí Marketing và lợi nhuận của các thành viên tham gia tiêu thụ sản phẩm bưởi có sự khác biệt rõ nét. Sự khác nhau này, nguyên nhân như số lượng tiêu thụ nhiều (ít), chi phí marketing cao nhưng giá bán thấp. Kết quả phân tích hiệu quả sản xuất bưởi, thì người sản xuất (nông dân) có mức lợi nhuận biên là 1.800 đồng/kg, mức lợi nhuận này cao thứ 2 sau doanh nghiệp. Tuy nhiên, nếu xét theo chu kỳ kinh doanh thì chu kỳ kinh doanh của hộ sản xuất tồn một khoảng thời gian dài hơn những tác nhân khác.

5 GIẢI PHÁP NHẪM TĂNG HIỆU QUẢ SẢN XUẤT VÀ TIÊU THỤ BƯỚI NĂM ROI HẬU GIANG

Quan điểm phát triển: Muốn đẩy mạnh xuất khẩu bưởi Năm Roi, phải luôn luôn gắn bó chặt chẽ giữa sản xuất và xuất khẩu. Xuất phát từ nhu cầu thị trường, lấy thị trường làm căn cứ chủ yếu để xây dựng kế hoạch, qui hoạch sản xuất kinh doanh.

Giải pháp về chính sách: Vấn đề sản xuất giống cây, trong thời gian qua việc quản lý cây giống chưa tốt, buông lỏng để nông dân tự mua cây giống trôi nổi, nên ảnh hưởng rất lớn đến năng suất và chất lượng. Do đó các địa phương cần tăng cường công tác tổ chức quản lý tốt việc sản xuất-cung ứng cây giống.

Giải pháp nâng cao hiệu quả sản xuất bưởi: Thúc đẩy việc chuyển đổi các giống cây có chất lượng cao, thay thế dần những giống cây đã thoái hóa nhiễm bệnh, áp dụng các tiến bộ khoa học kỹ thuật vào sản xuất để nâng cao năng suất, chất lượng bưởi địa phương.

Liên kết sản xuất, thành lập các hợp tác xã sản xuất và tiêu thụ trái cây đủ mạnh để góp phần bình ổn giá, bảo vệ quyền lợi cho các nhà vườn (1) Liên kết sản xuất để thành lập hợp tác xã (HTX) sản xuất và tiêu thụ như HTX bưởi Năm Roi (Tam Bình-Vĩnh Long), HTX bưởi da xanh (Bến Tre); (2) Hậu Giang phải hình thành sự liên kết 5 nhà: nhà nông - nhà doanh nghiệp - nhà nước - ngân hàng - nhà thông tin trong việc tạo chuyển biến mạnh, khắc phục những tồn tại yếu kém và đưa kinh tế vườn Hậu Giang phát triển đúng hướng, nâng cao khả năng cạnh tranh của các mặt hàng nông sản.

Giải pháp về thị trường: Xúc tiến thương mại, tìm kiếm thị trường tiêu thụ bưởi, ngành Nông nghiệp cần ứng dụng công nghệ thông tin trong việc tìm hiểu thị trường bưởi trong và ngoài nước về tiêu chuẩn chất lượng, giá cả, thị trường tiêu thụ, kiểm dịch thực vật, thông tin nhanh chóng kịp thời và đầy đủ cho các nhà vườn để có định hướng sản xuất đúng.

Đầu tư công nghệ sau thu hoạch, nhất là khâu bảo quản và vận chuyển. Mỗi địa phương cần khuyến khích và tạo mọi điều kiện để các thành phần kinh tế tham gia đầu tư trong lĩnh vực này. Ưu tiên đầu tư các thiết bị chế biến và bảo quản, kho lạnh, xe lạnh, thiết bị xử lý nồng độ thuốc trong bảo quản...

6 KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

6.1 Kết luận

Các hộ sản xuất bưởi Năm Roi Hậu Giang đạt hiệu quả cao về mặt tài chính. Có sự khác biệt lớn về mặt sản xuất của mô hình chuyên canh hay xen canh. Những yếu tố tác động lên sự khác biệt về mặt lợi nhuận cao hay thấp giữa các hộ sản xuất chi phí sản xuất, tập huấn và năng suất, chu kỳ sống cây và mật độ. Đa số hộ mở rộng sản xuất, việc họ quyết định sản xuất phụ thuộc vào yếu tố tuổi chủ hộ và năng suất. Việc sản xuất bưởi hiện nay của nông dân gặp khó khăn về sâu bệnh trên cây nhiều, chi phí sản xuất đầu vào cao nhưng chất lượng thấp. Giá bán sản phẩm thấp khi đến vụ mùa, thiếu thông tin thị trường và thường bị ép giá.

Việc sản xuất và tiêu thụ bưởi Năm Roi Hậu Giang không chỉ mang lại lợi nhuận cho người sản xuất mà các tác nhân tiêu thụ cũng có một mức lợi nhuận khá cao. Tuy nhiên, các tác nhân tham gia vào kênh tiêu thụ từ thương lái đến người bán lẻ cũng gặp khó khăn về vốn. Việc tiếp cận thông tin thị trường của các thành viên tham gia vào kênh cũng khá dễ dàng, nguồn cung cấp thông tin cho họ chủ yếu là từ các thành viên khác trong kênh. Giá bán sản phẩm chủ yếu được quyết định dựa trên cơ sở thương lượng giữa người mua và người bán.

6.2 Kiến nghị

Đối với hộ sản xuất

Chi phí đầu vào hiện nay khá cao vì thế các nông hộ phải xác định rõ mô hình sản xuất thích hợp để mang lại hiệu quả cao và hạn chế tình trạng “trồng rồi lại chặt”. Chủ hộ sản xuất phải thay đổi quan niệm sản xuất cũ, áp dụng những tiến bộ khoa học kỹ thuật vào sản xuất, làm theo tiêu chuẩn sản xuất sạch (global GAP) và cách phòng trừ sâu bệnh hiệu quả và sử dụng liều lượng phân thuốc phù hợp bằng cách phối hợp chặt chẽ với trung tâm khuyến nông. Đối với những hộ sản xuất với quy mô nhỏ lẻ và sản xuất manh mún có lợi nhuận thấp hơn, phải tập trung những hộ này cần có kế hoạch sản xuất theo quy mô vừa và lớn thì mới có thể tạo nên thế mạnh của địa phương. Thường xuyên cập nhật thông tin và giá cả thị trường để có thể sản xuất và bán sản phẩm sao cho hiệu quả cao nhất. Liên kết lại với thương lái, doanh nghiệp để tạo nên thế mạnh cho việc sản xuất và bán bưởi giảm thiểu đến mức thấp nhất tình trạng bị ép giá hay cung vượt cầu làm giá giảm.

Đối với tỉnh

Tỉnh cần triển khai tốt công tác quy hoạch vùng chuyên canh đặc sản đến từng địa phương; phối hợp cùng với các tổ chức, các hiệp hội tiêu thụ để thúc đẩy ngành sản xuất của tỉnh ngày càng phát triển. Tỉnh cần tập trung vào các công trình: (1) Đầu tư cải tạo, nâng cấp hệ thống cầu đường và giao thông, thủy lợi tạo điều kiện thuận lợi cho việc vận chuyển, lưu thông phân phối trái cây và đảm bảo tưới tiêu. (2) Đầu tư trang thiết bị cho trại sản xuất giống trung tâm và các cơ sở nhân giống vệ tinh ở các huyện. (3) Đầu tư cơ sở chế biến, hệ thống kho tàng bên bãi, chợ đầu mối để thu mua, chế biến và xuất khẩu quả. (4) Sở Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn cần tiếp tục hợp tác với các cơ quan khoa học (Viện, Trường Đại học) để du nhập, khảo nghiệm và bình tuyển các giống tốt nhằm bổ sung vào bộ giống có triển vọng kinh tế của tỉnh. (5) Cần có sự phối hợp đồng bộ giữa ngành Nông nghiệp, ngân hàng, địa chính để giúp các nhà vườn vay vốn kịp thời đúng đối tượng cây trồng và sử dụng đồng vốn đúng mục đích. (6) Tỉnh cần kết hợp với Viện Nghiên cứu Cây ăn quả miền Nam để sớm ban hành tiêu chuẩn thương hiệu hàng hóa cho đặc sản địa phương.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- Lê Văn Gia Nhỏ (2005); “Phân tích ngành hàng lúa gạo thơm tỉnh Long An và lúa cao sản tỉnh An Giang”. Luận án cao học kinh tế.
- Lưu Thanh Đức Hải (2003), Bài giảng Nghiên cứu Marketing, Nhà xuất bản Trường Đại học Cần Thơ.
- Lưu Thanh Đức Hải (2008), “Cấu trúc thị trường và chuỗi giá trị ngành hàng cá tra, ba sa tại đồng bằng sông Cửu Long”.

- Mai Văn Nam (2004), "Thị trường nông sản và các giải pháp phát triển sản xuất và tiêu thụ nông sản hàng hóa ở Đồng bằng sông Cửu Long: trường hợp sản phẩm heo ở Cần Thơ", VNRP, chương trình nghiên cứu Việt Nam – Hà Lan.
- Phan Thị Ngọc Khuyên (1998), "Định hướng chiến lược phát triển ngành chế biến trái cây đóng hộp Đồng bằng sông Cửu Long". Luận án cao học kinh tế.
- Trần Võ Hùng Sơn (2003), "Nhập môn phân tích chi phí – lợi ích", Nhà xuất bản Đại học quốc gia Thành phố Hồ Chí Minh.
- Trường Cán Bộ Phụ Nữ Trung Ương, 2005; "Phân tích chuỗi giá trị ngành mây tre đan và mũ nón: Trường hợp 2 làng nghề truyền thống tại tỉnh Hà Tây", dự án NUFFIC.