

NGƯỜI THU GOM VÀ QUẢN TRỊ CHUỖI GIÁ TRỊ NUÔI TRỒNG THỦY SẢN TẠI ĐÀM PHÁ TAM GIANG - CẦU HAI, THỪA THIÊN HUẾ

Nguyễn Văn Chung*, Lê Thị Hoa Sen, Nguyễn Tiên Dũng, Hoàng Dũng Hà, Trần Cao Úy, Lê Chí Hùng Cường, Lê Việt Linh

Trường Đại học Nông Lâm, Đại học Huế

*Tác giả liên hệ: nguyenvanchung@huaf.edu.vn

Nhận bài: 10/10/2021 Hoàn thành phản biện: 11/12/2021 Chấp nhận bài: 14/12/2021

TÓM TẮT

Nuôi trồng thủy sản tại đầm phá Tam Giang - Cầu Hai đã và đang trở thành sinh kế chính cho người dân nơi đây. Tuy nhiên, hoạt động tiêu thụ sản phẩm thủy sản vẫn đang bị kiểm soát và chi phối bởi tác nhân trung gian trong chuỗi giá trị. Nghiên cứu này nhằm mục đích khám phá và phân tích vai trò của người thu gom và những yếu tố cấu thành tác nhân quản trị trong chuỗi giá trị nuôi trồng thủy sản. Nghiên cứu được thực hiện dựa trên 55 phỏng vấn bán cấu trúc và thu thập các thông tin thứ cấp liên quan. Kết quả nghiên cứu cho thấy, sự kiểm soát của người thu gom được thể hiện trong dòng chảy sản phẩm thủy sản, khi tất cả sản phẩm phải qua người thu gom trước khi phân phối qua các kênh tiêu thụ khác nhau. Mỗi người thu gom đều xây dựng một ranh giới và phạm vi hoạt động cụ thể, khi mỗi người có một nhóm người nuôi trồng chuyên cung ứng thủy sản và một nhóm người bán buôn, bán lẻ sẵn sàng thu mua. Với chiến lược thu mua toàn bộ sản phẩm, hỗ trợ tài chính cho người nuôi trồng và người bán buôn, bán lẻ, xây dựng mối quan hệ dựa trên sự tin tưởng và ràng buộc đã giúp người thu gom trở thành tác nhân quản trị chuỗi.

Từ khóa: Chuỗi giá trị, Người thu gom, Nuôi trồng thủy sản, Tam Giang - Cầu Hai

COLLECTOR AND AQUACULTURE VALUE CHAIN GOVERNANCE IN TAM GIANG - CAU HAI LAGOON, THUA THIEN HUE

Nguyen Van Chung*, Le Thi Hoa Sen, Nguyen Tien Dung, Hoang Dung Ha, Tran Cao Uy, Le Chi Hung Cuong, Le Viet Linh

University of Agriculture and Forestry, Hue University

ABSTRACT

Aquaculture in Tam Giang - Cau Hai lagoon has been becoming the main livelihood for local people. However, consumption activity of aquatic products is still controlled and dominated by intermediary actors in the value chain. This study aims to explore the role of collectors and constitutive elements of governance actors in aquaculture value chain. Based on 55 semi-structured interviews and relevant secondary information, the study showed that the controlling of collectors is indicated in aquatic products flow when all products have to cross collectors before distributing to various marketing channels. Each collector establishes a specific boundary and scope of activity, where each collector has one provider group and one buyer group, those are always willing to sell and buy aquatic products respectively. Buying all aquatic products, supporting capital for producers and wholesalers, retailers, making trust and binding-based relationships are the strategies of collectors to become a value chain governance actor.

Keywords: Value chain, Collector, Aquaculture, Tam Giang - Cau Hai

1. MỞ ĐẦU

Nuôi trồng thủy sản tỉnh Thừa Thiên Huế đã đạt được bước tiến lớn trong những năm gần đây, với diện tích 6.100 ha và sản lượng 16,2 nghìn tấn năm 2020. Điều này đã góp phần cải thiện thu nhập và nâng cao đời sống cho người dân tham gia trong lĩnh vực nuôi trồng thủy sản (Ủy ban Nhân dân tỉnh Thừa Thiên Huế, 2020). Thành tựu này có sự đóng góp đáng kể từ hoạt động nuôi trồng thủy sản ở đầm phá Tam Giang, khi diện tích nuôi trồng chiếm hơn 50% tổng diện tích, cũng như thu hút sự tham gia của hơn 100.000 người dân ven đầm phá (Tuyen và cs., 2010).

Hoạt động nuôi trồng thủy sản trên đầm phá Tam Giang đã được thực hiện trong khoảng 3 thập kỷ gần đây, với sự đa dạng trong hình thức nuôi trồng như nuôi chần sáo, nuôi thấp triều và nuôi cao triều, với phương thức nuôi xen ghép hay nuôi chuyên tôm sú. Bên cạnh những giá trị văn hóa, lịch sử vùng đầm phá mang lại, giá trị các sản phẩm thủy sản cũng trở nên nổi tiếng khi tạo được lợi thế cạnh tranh, về mặt chất lượng, so với các sản phẩm của địa phương khác. Chính vì vậy, nuôi trồng thủy sản luôn được quan tâm bởi chính quyền và người dân địa phương. Đây chính là sinh kế của người dân và cũng là nguồn lực thúc đẩy phát triển kinh tế xã hội của tỉnh Thừa Thiên Huế. Với định hướng nuôi trồng thủy sản chuyển đổi theo hướng chất lượng, an toàn và hình thành các liên kết trong sản xuất (Ủy ban Nhân dân tỉnh Thừa Thiên Huế, 2020), nuôi trồng thủy sản trên đầm phá cũng đang từng bước thay đổi để đáp ứng kế hoạch đề ra.

Giống như hoạt động nuôi trồng thủy sản ở các địa phương khác như khu vực Đồng bằng sông Cửu Long, bên cạnh sự tham gia trực tiếp của người sản xuất, chuỗi giá trị nuôi trồng thủy sản cũng thu hút sự tham gia của nhiều tác nhân trung gian trong

việc phân phối sản phẩm thủy sản đến người tiêu dùng. Tùy thuộc vào đối tượng nuôi, hình thức nuôi, vùng nuôi sẽ có sự tham gia khác nhau của các tác nhân trung gian như người thu gom, người bán buôn, người bán lẻ, hay người chế biến (Tran và cs., 2013; Ha và cs., 2013; Ho và cs., 2016; Van Duijn và cs., 2012). Hoạt động nuôi trồng thủy sản tại đầm phá Tam Giang đã tạo ra nhiều liên kết khác nhau giữa người sản xuất và người thu mua, hay thậm chí giữa những người thu mua. Tuy nhiên, đặc điểm nuôi trồng thủy sản, đặc điểm vùng miền, cũng như đặc điểm các tác nhân tham gia trong sản xuất và tiêu thụ khác nhau sẽ mang lại những đặc điểm khác nhau trong mô hình tương tác, liên kết và quản trị chuỗi giá trị nuôi trồng thủy sản.

Việc phân tích bản chất các liên kết giữa các tác nhân trong chuỗi nói riêng và quản trị chuỗi giá trị nói chung có ý nghĩa to lớn trong việc xác định các rào cản trong chuỗi cũng như xây dựng chiến lược nâng cấp chuỗi giá trị (Humphrey và Schmitz, 2001; Gereffi và cs., 2005). Chính vì vậy, nghiên cứu này nhằm mục đích khám phá và phân tích vai trò của người thu gom trong chuỗi giá trị nuôi trồng thủy sản tại đầm phá Tam Giang, trong khía cạnh liên kết với các tác nhân trong chuỗi và quản trị chuỗi. Nghiên cứu sẽ chỉ ra những yếu tố tạo nên vị thế và sức mạnh của người thu gom, cũng như các yếu tố tạo nên lợi thế cạnh tranh của họ.

2. NỘI DUNG VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

2.1. Điểm nghiên cứu

Nghiên cứu được thực hiện tại 4 xã, thị trấn bao gồm, Quảng Công, Phú Xuân, Hải Dương, Sịa, thuộc huyện Quảng Điền, Phú Vang, thị xã Hương Trà và thành phố Huế. Những xã được chọn gắn liền với hoạt động nuôi trồng thủy sản sớm xuất hiện trên đầm phá và có diện tích nuôi trồng khác

nhau. Dựa trên báo cáo kinh tế xã hội của các xã đã chỉ ra sự khác biệt về diện tích như sau: xã Phú Xuân 662,72 ha, xã Quảng Công 126,29 ha, thị trấn Sịa 49,1 ha và xã Hải Dương 21,3 ha. Các điểm nghiên cứu có sự đa dạng các hình thức nuôi bao gồm nuôi chần sáo, nuôi thả trôi, nuôi cao triều hay nuôi xen ghép, nuôi chuyên tôm sú.

2.2. Đối tượng và mẫu nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu là sự liên kết giữa các tác nhân và quản trị chuỗi giá trị nuôi trồng thủy sản, trong đó việc thu thập thông tin được thực hiện dựa trên các tác nhân chính tham gia vào chuỗi giá trị sản phẩm thủy sản. Thông qua dòng chảy sản phẩm thủy sản, kết hợp với sử dụng phương pháp chọn mẫu quả bóng tuyết (snowball sampling approach). 55 đối tượng nghiên cứu được chọn bao gồm 25 người nuôi trồng thủy sản, 13 người thu gom, 6 người am hiểu tại cộng đồng, 5 cán bộ quản lý cấp xã và 6 cán bộ quản lý cấp huyện và tỉnh. Cách tiếp cận quả bóng tuyết được sử dụng trong xác định và lựa chọn người cung cấp thông tin nhằm đảm bảo tính khách quan, chính xác và phù hợp với mục tiêu nghiên cứu. Cụ thể, đối tượng cung cấp thông tin này sẽ giới thiệu những đối tượng cung cấp thông tin tiếp theo dựa trên mối quan hệ sản xuất và tiêu thụ theo chuỗi giá trị (Noy, 2008). Người nuôi trồng được lựa chọn dựa trên sự đa dạng của hình thức nuôi, cũng như kinh nghiệm, quy mô và mức độ thành công trong nuôi trồng. Người thu gom được lựa chọn dựa trên thông tin mà người nuôi trồng cung cấp để đảm bảo tính chính xác của thông tin và khai thác chi tiết các mắt xích chính trong chuỗi giá trị.

2.3. Phương pháp thu thập thông tin

Nghiên cứu định tính được áp dụng trong nghiên cứu này. Thông qua phương pháp định tính, các mục tiêu và nội dung nghiên cứu được khám phá, giải thích và phân tích theo hướng chuyên sâu của vấn đề

nghiên cứu (Creswell và Poth, 2007; Chenail, 2011). Hơn nữa, sự phức tạp và chi tiết của các vấn đề nghiên cứu được hiểu một cách rõ ràng hơn khi có sự tương tác giữa nhà nghiên cứu và đối tượng cung cấp thông tin thông qua nghe, nhìn và sự trao đổi, chia sẻ thông tin liên quan đến vấn đề nghiên cứu (Creswell và Poth, 2007). Vậy nên, nghiên cứu được thực hiện dựa trên việc thu thập thông tin từ hai nguồn sau:

Thông tin thứ cấp: Những thông tin về thực trạng nuôi trồng và tiêu thụ sản phẩm thủy sản, những chính sách hỗ trợ trong nuôi trồng thủy sản, những thuận lợi, khó khăn và giải pháp khắc phục trong nuôi trồng thủy sản, cũng như những kế hoạch, chiến lược phát triển nuôi trồng thủy sản tại tỉnh Thừa Thiên Huế nói chung và điểm nghiên cứu nói riêng được thu thập từ các báo cáo tổng kết, báo cáo kinh tế xã hội của các cơ quan, đơn vị chức năng từ cấp tỉnh đến cấp xã và các số liệu thống kê từ các trang mạng và các nghiên cứu liên quan. Thông tin thứ cấp góp phần định hình bối cảnh và cấu trúc về chủ đề nghiên cứu, cũng như đây là căn cứ giúp cho việc kiểm định và phát triển nguồn dữ liệu thông tin sơ cấp.

Thông tin sơ cấp: Phương pháp phỏng vấn bán cấu trúc được sử dụng trong nghiên cứu này nhằm phát huy tính linh động trong đặt câu hỏi, dựa trên câu chuyện của người được phỏng vấn. Từ đó, nhà nghiên cứu có thể phát triển nhiều khía cạnh khác nhau của nội dung nghiên cứu (Miles và Gilbert, 2005; Rowley, 2012). Thông tin sơ cấp được thu thập từ 55 phỏng vấn bán cấu trúc với các nhóm đối tượng cung cấp thông tin khác nhau như nhóm người sản xuất, nhóm người thu gom và những người am hiểu tại địa phương, cũng như các cán bộ quản lý hoạt động nuôi trồng thủy sản từ cấp xã đến tỉnh. Thông tin thu thập chủ yếu về đặc điểm nuôi trồng thủy sản tại đầm phá, hoạt động tiêu thụ sản phẩm thủy sản,

sự tham gia, vai trò, chức năng của các tác nhân tham gia, mối liên kết giữa các tác nhân trong chuỗi giá trị nuôi trồng thủy sản, những thuận lợi và khó khăn trong sản xuất và tiêu thụ.

2.4. Xử lý thông tin

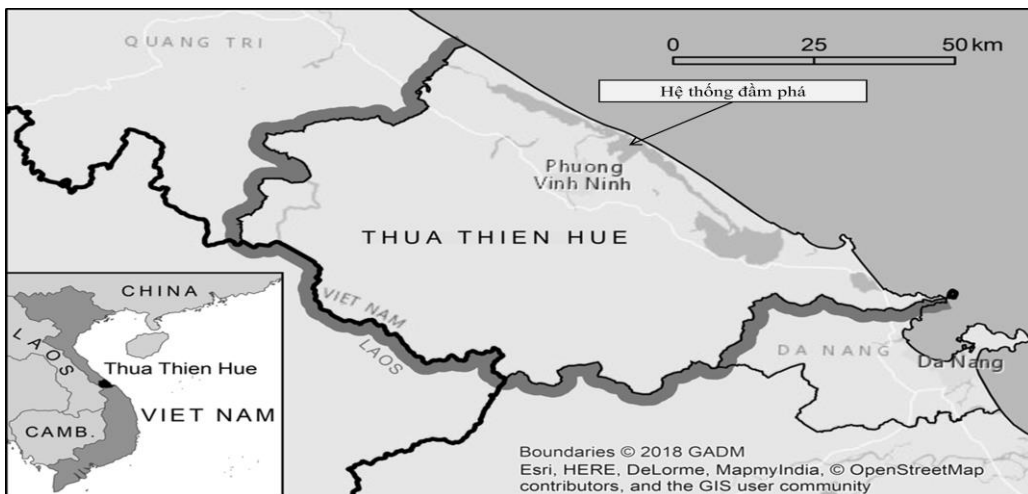
Thông tin từ phỏng vấn bán cấu trúc được tổng hợp và quản lý trên phần mềm Excel 2010. Mỗi nhóm đối tượng phỏng vấn được quản lý bởi các trang tính riêng lẻ. Tùy thuộc và từng nội dung và câu hỏi nghiên cứu, tác giả sẽ trích lọc thông tin từ các nhóm đối tượng phỏng vấn khác nhau. Thông tin sẽ được kiểm tra và so sánh giữa những người trả lời trong cùng một nhóm đối tượng phỏng vấn, kết hợp với so sánh thông tin giữa các nhóm khác nhau (thông tin trong cùng một chủ đề hay câu hỏi thu thập thông tin) để thấy được sự trùng lặp hay khác nhau. Từ đó, toàn bộ thông tin được tổng hợp và phân tích, tạo nên sự đa dạng thông tin, cũng như thông tin phản ánh mang tính đa chiều. Chính vì vậy, nghiên cứu sẽ tập trung vào khám phá, phân tích sâu vấn đề nghiên cứu, tập trung vào trả lời câu hỏi tại sao hơn là thống kê, mô tả. Thông tin thứ cấp được tổng hợp theo từng

nội dung nghiên cứu nhằm xác định mức độ phù hợp của các thông tin từ phỏng vấn bán cấu trúc và đưa ra những khía cạnh khác nhằm tạo sự chuyên sâu của thông tin.

3. KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

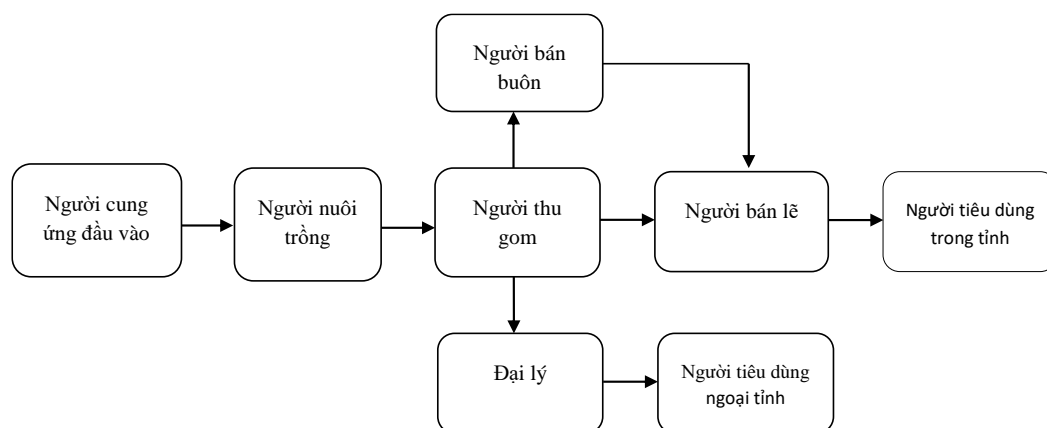
3.1. Nuôi trồng thủy sản ở đầm phá Tam Giang - Cầu Hai

Vùng đầm phá Tam Giang - Cầu Hai, với diện tích mặt nước khoảng 22.000 ha, được biết đến như đầm nước lợ lớn nhất Đông Nam Á. Đây được xem là điều kiện lý tưởng cho hoạt động khai thác và nuôi trồng thủy sản (Tuyen và cs., 2010). Nhiều sản phẩm thủy sản có giá trị như cá nâu, cá kinh, cá diá, tôm sú đã tạo ra được lợi thế cạnh tranh so với sản phẩm ở các địa phương khác. Chính vì vậy, chính quyền địa phương và người dân luôn quan tâm đến vấn đề phát triển các giá trị nguồn lợi thủy sản mang lại từ đầm phá, trong đó, nuôi trồng thủy sản được đặc biệt quan tâm trong bối cảnh suy giảm sản lượng khai thác thủy sản, biến đổi khí hậu và gia tăng dân số (Trung tâm Khuyến Nông tỉnh Thừa Thiên Huế, 2016).



Nguồn: GADM 2018, Esri, HERE, DeLorme, MapmyIndia, ©, OpenStreetMap contributors, and the GIS user community

Biểu đồ 1. Vị trí hệ thống đầm phá Tam Giang - Cầu Hai



Biểu đồ 2. Chuỗi giá trị nuôi trồng thủy sản tại đầm phá Tam Giang - Cầu Hai
 Nguồn: *Phòng vấn các bên liên quan (2019)*

Thông tin từ phỏng vấn người am hiểu và cán bộ quản lý đã chỉ ra rằng, hoạt động nuôi trồng thủy sản trên đầm phá Tam Giang - Cầu Hai được thực hiện bắt đầu từ những năm 1990, với hình thức nuôi chuyên tôm sú. Đây được xem là bước khởi đầu cho sự thay đổi và phát triển trong lĩnh vực nuôi trồng thủy sản trên đầm phá. Với những thành công trong 3 năm đầu nuôi chuyên tôm sú, người dân nơi đây bắt đầu rơi vào cảnh thua lỗ và nợ nần khi đầu tư trong lĩnh vực này. Điều này là kết quả của vấn đề ô nhiễm môi trường nước và sự xuất hiện của dịch bệnh. Đứng trước thực tế đó, chính quyền và người dân đã dần dần chuyển đổi hình thức nuôi trồng từ nuôi chuyên tôm sú sang nuôi xen ghép, đây là sự kết hợp giữa cá (cá di, cá kính, cá nâu, cá đối hay cá chèm), tôm sú và cua; hay sự kết hợp giữa tôm và cá. Mô hình nuôi xen ghép đã tạo ra được thay đổi đáng kể trong sinh kế của người dân dựa vào nuôi trồng thủy sản, khi họ không còn lo lắng thua lỗ, nợ nần. Mặc dù hiệu quả kinh tế mang lại không bằng tôm sú nhưng nó tạo ra được sự ổn định và bền vững.

Hoạt động nuôi trồng thủy sản trên đầm phá đã có những đóng góp đáng kể trong việc nâng cao thu nhập cho người dân nói riêng, cũng như tạo ra sự phát triển kinh

tế xã hội cho tỉnh Thừa Thiên Huế nói chung. Vậy nên, trong định hướng chiến lược phát triển đến năm 2030 của tỉnh đã khẳng định, nuôi trồng thủy sản vẫn là thế mạnh của vùng đầm phá, cần được tiếp tục đầu tư phát triển với diện tích 3.496 ha và sản lượng 10.340 tấn (Bộ Nông Nghiệp và Phát Triển Nông Thôn, 2015). Hướng nuôi trồng thủy sản gắn với việc nâng cao giá trị sản phẩm tạo ra nhiều lợi nhuận cho người dân, hướng đến phát triển nuôi trồng thủy sản bền vững.

3.2. Chuỗi giá trị nuôi trồng thủy sản tại đầm phá Tam Giang - Cầu Hai

Tùy thuộc vào hình thức nuôi trồng thủy sản (nuôi chần sáo, nuôi thập triều, nuôi cao triều) sẽ có số vụ nuôi trong năm khác nhau, cũng như việc lựa chọn trong đối tượng nuôi cũng khác nhau, như nuôi xen ghép hay nuôi chuyên tôm sú. Nhìn chung, hoạt động nuôi xen ghép được tiến hành mỗi năm 2 vụ (riêng hình thức nuôi chần sáo chỉ có 1 vụ/năm), vụ chính tập trung vào tháng 3 đến tháng 8, sau tháng 8 là vụ phụ. Thời gian nuôi sau 3 đến 4 tháng, người dân có thể bắt đầu thu hoạch. Quá trình thu hoạch được tiến hành trong khoảng 1 tháng, sau đó, người dân tiến hành cải tạo ao và bắt đầu vụ mới.

Với đặc trưng nuôi xen ghép, nên việc thu hoạch được tiến hành theo nguyên tắc “*con lớn thu trước, con nhỏ thu sau*”. Vậy nên, số lượng sản phẩm thủy sản thu hoạch được trong một lần của mỗi hộ nuôi không lớn. Sau khi thu hoạch, sản phẩm được bán cho người thu gom trước khi được phân phối qua các kênh khác nhau để đến tay người tiêu dùng, điều này được chỉ rõ qua sơ đồ sau:

Trong chuỗi giá trị, người thu gom trở thành một mắt xích quan trọng trong việc phân phối sản phẩm, khi tất cả các sản phẩm thủy sản của người dân phải qua người thu gom trước khi đến với người mua tiếp theo. Người thu gom thu được lợi nhuận từ phần chênh lệch giữa giá thu mua từ người nuôi trồng và giá bán cho các tác nhân khác. Thực tế chỉ ra rằng, sản phẩm nuôi trồng sau khi được mua bởi người thu gom, phần lớn (khoảng 80%) được bán cho người bán buôn và bán lẻ, phần còn lại được bán cho các đại lý ở thành phố Huế. Những người bán buôn, sau đó, phân phối đến những người bán lẻ và sản phẩm được tiêu thụ tại các chợ địa phương ở tỉnh Thừa Thiên Huế. Trong khi đó, những đại lý chủ yếu thu mua tôm sú và cua từ những người thu gom, và phân phối đến các tỉnh khác.

Người nuôi trồng, người thu gom, người bán buôn và người bán lẻ được xem là các tác nhân chính trong chuỗi giá trị, họ đảm nhận những vai trò quan trọng trong việc đảm bảo sự lưu thông sản phẩm thủy sản của vùng đầm phá. Tuy nhiên, mỗi tác nhân có những chức năng, vai trò và sức mạnh khác nhau trong mối quan hệ so sánh giữa các tác nhân. Điều này, tạo nên sự khác biệt về mặt quản trị chuỗi giá trị, cũng như tạo được vị thế kiểm soát hay thống trị chuỗi, vấn đề này được cụ thể hóa trong các phần trình bày tiếp theo.

3.3. Người thu gom và vai trò của người thu gom

Khái niệm người thu gom được Biglaiser (1993) chỉ ra rằng: người thu gom là tác nhân thu được lợi ích thông qua việc mua sản phẩm từ một cá nhân và bán sản phẩm này cho người khác với giá cao hơn. Điều này có nghĩa rằng người thu gom không phải là chủ sở hữu ban đầu của sản phẩm, không tham gia trong sản xuất hay tạo ra sản phẩm và không nhận được bất cứ giá trị tiêu dùng nào từ sản phẩm này. Cùng với đó, Suhaimie và cs. (2015) đề cập đến người thu gom có thể là các cá nhân hay đơn vị kinh doanh, là những người có chức năng mang các hàng hóa, sản phẩm từ người sản xuất qua các mắt xích khác nhau và đến người tiêu dùng. Sự xuất hiện và tồn tại của người thu gom là kết quả từ hiệu quả của việc tìm kiếm các đối tác thương mại, cũng như rút ngắn được thời gian trong các giao dịch thương mại (Rubinstein và Wolinsky, 1987). Hơn nữa, người thu gom có lợi thế trong xác định chất lượng và số lượng sản phẩm khi họ làm việc trực tiếp với người sản xuất; cùng với đó, người thu mua sản phẩm từ người thu gom hoàn toàn tin tưởng vào người thu gom sẽ luôn mang lại sự hài lòng cho mình dựa trên mối quan hệ làm ăn lâu dài và những lợi ích mà mỗi bên nhận được (Biglaiser, 1993).

Chính vì vậy, người thu gom như một cầu nối giữa người sản xuất và người bán buôn. Bằng cách thiết lập mối quan hệ với cả hai bên, họ đẩy nhanh quá trình giao dịch thông qua việc sử dụng thông tin về nhu cầu sản phẩm, khả năng cung ứng sản phẩm và giá cả sản phẩm. Người thu gom cũng có thể điều phối việc phân phối số lượng lớn các sản phẩm cho người bán buôn, do đó, người bán buôn không cần thiết phải thiết lập nhiều mối quan hệ với từng người sản xuất mà họ không có khả năng quản lý (Biglaiser, 1993; Vesala, 2008; Van

Nguyen và cs., 2021). Mặt khác người thu gom tạo ra sự phụ thuộc mạnh mẽ từ một phía của người sản xuất, những người thường không có lựa chọn nào khác ngoài việc bán cho những người thu gom (Neven và cs., 2009; Abebe và cs., 2016). Vậy nên, dựa trên kiến thức, hiểu biết về “cung - cầu” và thông tin về giá cả đã tạo nên sức mạnh cho người thu gom trong khía cạnh thương lượng và đàm phán đối với các tác nhân khác trong chuỗi giá trị và hình thành nên vị thế to lớn của họ trong các dòng chảy sản phẩm (Neven và cs., 2009).

3.4. Đặc điểm và phương thức hoạt động của người thu gom tại Đầm phá Tam Giang - Cầu Hai

Hầu hết người thu gom đều sinh sống cùng thôn hay xã với người nuôi trồng thủy sản, mỗi xã đều có một nhóm người thu gom. Mỗi người thu gom xác định một phạm vi hay khu vực riêng để hoạt động. Điều này được cụ thể hóa khi, mỗi người thu gom tạo được cho mình một nhóm người nuôi trồng luôn sẵn sàng bán sản phẩm của mình cho người thu gom. Như xã Phú Xuân và Hải Dương, người thu gom luôn thu mua thủy sản từ người nuôi ở trong thôn của họ; người thu gom ở thôn này không dễ dàng thu mua thủy sản ở thôn khác, bởi vì họ không thể cạnh tranh với những người thu gom ở thôn đó hay họ không có nhóm người bán ở đó.

“Tôi luôn thu mua thủy sản ở tại thôn, tôi không có sự cạnh tranh với người thu gom khác trong thôn, nhưng tôi không thể thu mua thủy sản ở thôn khác, thậm chí người dân ở đó không muốn bán cho tôi” [Ông T - người thu gom xã Hải Dương]

Người thu gom có thể cũng là người nuôi trồng thủy sản hay thành viên gia đình họ đang tham gia vào hoạt động này. Vậy nên, họ hiểu rõ về thực trạng của người nuôi trồng, chính vì vậy họ dễ dàng hình thành liên kết với người sản xuất. Ban đầu người

thu gom muốn tự mình tìm kiếm đầu ra với giá bán cao hơn để nâng cao thu nhập cho chính mình cũng như giúp đỡ gia đình, người quen. Dần dần họ mở rộng phạm vi và trở thành người thu gom tại địa phương họ đang sinh sống.

Bên cạnh những người thu gom tại địa phương, có một số người thu gom đến từ địa phương khác, họ có thể cạnh tranh với người thu gom địa phương thông qua các chiến lược trong tăng giá và số lượng thủy sản một lần thu mua. Do đó, họ cũng tạo được một nhóm người nuôi trồng chuyên cung cấp sản phẩm cho mình, nổi bật ở xã Quảng Công và thị trấn Sịa. Tuy nhiên, người thu gom địa phương cũng có các chiến lược để ứng phó như hợp tác cùng nhau, rõ ràng, sòng phẳng trong giao dịch với người nuôi trồng, hỗ trợ tài chính cho người nuôi, giúp đỡ họ trong cuộc sống.

“Tôi phải cạnh tranh với những người thu gom khác bên ngoài xã, mặc dù người thu gom này thu mua với giá cao hơn tôi, nhưng tôi luôn luôn thu mua sản phẩm của người dân bất cứ khi nào họ có, thậm chí như tôm bị bệnh tôi sẽ giúp họ mua tất cả. Thêm vào đó, tôi luôn sẵn sàng cho người nuôi mượn tiền bất cứ khi nào họ cần; vì vậy người nuôi tin tưởng và lựa chọn tôi trong tiêu thụ sản phẩm của họ” [Bà H - Người thu gom xã Quảng Công]

Hầu hết những người thu gom có liên kết với nhau trong thu mua thủy sản. Liên kết này được chỉ ra trong chia sẻ thông tin về giá, cũng như thống nhất giá cuối cùng cho mỗi loại thủy sản. Liên kết này trở nên cần thiết khi họ muốn kiểm soát giá, điều này tạo nên sức mạnh cho người thu gom trong đàm phán và ép giá. Tuy nhiên, người thu gom chỉ có liên kết với những người thu gom trong cùng một xã, họ không có liên kết với người thu gom ngoài xã. Hơn nữa, những người thu gom có mối liên kết chặt chẽ trong vụ chính hơn vụ phụ, vì sản lượng

thủy sản ở vụ này cao và họ muốn kiểm soát giá tốt hơn.

“Thỉnh thoảng, tôi phải liên kết với người thu gom khác trong thôn để xác định giá cùng nhau, tuy nhiên, chúng tôi vẫn có sự cạnh tranh với người thu gom khác trong vụ phụ khi sản lượng thủy sản thấp” [Ông H - Người thu gom xã Phú Xuân]

3.5. Sự kiểm soát của người thu gom

Bảng 1. Các bước định giá của người thu gom

Các bước	Hoạt động	Căn cứ
Bước 1	Thu thập thông tin về giá	Người thu gom khác, người bán buôn, người bán lẻ, đại lý, số lượng thủy sản hiện có, giá ngày hôm qua
Bước 2	Tính toán	Lợi ích và chi phí Hài lòng người mua Hài lòng người bán
Bước 3	Đưa ra quyết định	Tự mỗi người thu gom đưa ra giá hay có sự thống nhất giữa những người thu gom

Nhìn chung, thông tin về giá được xác định phần lớn phụ thuộc vào thông tin từ phía người mua của người thu gom, hầu như việc đàm phán, thương lượng của người nuôi trồng không được xem xét. Người nuôi trồng chỉ có thể phản hồi với người thu gom khi họ nhận thấy có sự khác biệt giá giữa những người thu gom hay giữa những người nuôi, sau đó người thu gom có những điều chỉnh để đảm bảo sự công bằng và làm hài lòng người nuôi trồng.

“Nếu có sự khác biệt về giá giữa những người thu gom, họ phải tăng giá cho phù hợp; tuy nhiên, sự khác biệt giá không đáng kể” [Ông Q - Trưởng thôn xã Phú Xuân]

Bên cạnh đó, sự biến động giá còn phụ thuộc vào thời vụ (vụ chính và phụ) và sự khác biệt về kích thước của các sản phẩm thủy sản. Cụ thể, giá vụ chính thấp hơn vụ phụ, bởi vì sản lượng vụ chính cao hơn. Ngoài ra, sản phẩm thủy sản có kích cỡ lớn hơn thường có giá cao hơn sản phẩm có kích thước nhỏ. Ví dụ, giá tôm sú là 200.000 đồng/kg trong vụ chính, nhưng vụ phụ lên

3.5.1. Định giá thu mua sản phẩm nuôi trồng thủy sản

Mặc dù người nuôi trồng có thể dễ dàng bán sản phẩm của họ cho người thu gom, nhưng giá cả lại được quyết định bởi người thu gom. Người nuôi trồng có thể so sánh giá giữa những người thu gom, nhưng giá thu mua hầu như không có sự khác biệt giữa họ. Việc xác định giá của người thu gom thông qua các bước sau.

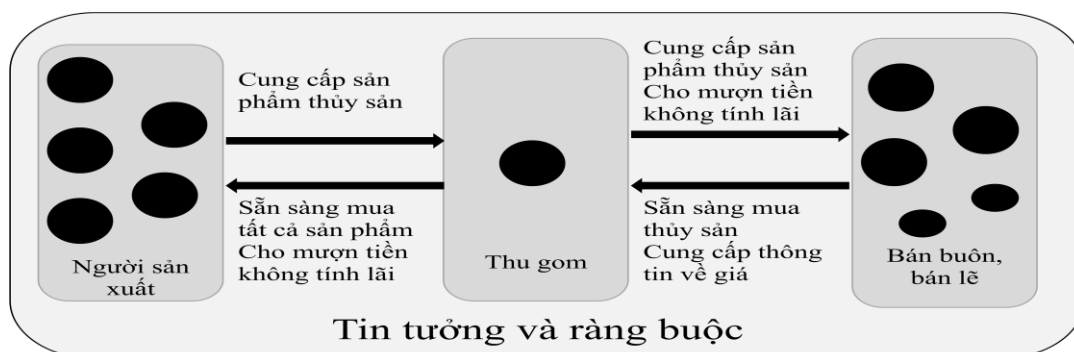
Nguồn: Phỏng vấn các bên liên quan (2019)
đến 280.000 hay 300.000 đồng/kg; hay 170.000 đồng/kg cua trong vụ chính, nhưng vụ phụ lên đến 200.000 hay 220.000 đồng/kg. Mặt khác, giá tôm sú đạt 300.000 đồng/kg (nhưng phải đạt ít nhất 30 con/kg), nếu số lượng tôm cao hơn 30 con/kg thì giá lại thấp hơn. Tuy nhiên, những mức giá này đều được quyết định bởi người thu gom, người nuôi trồng chỉ có thể chờ đợi sự tăng giá để thu hoạch và bán vào thời điểm thích hợp. Bởi vì có một sự phụ thuộc đáng kể của người nuôi trồng thủy sản vào người thu gom khi toàn bộ thị trường đầu ra của các sản phẩm thủy sản chịu sự chi phối và kiểm soát của người thu gom. Điều này tạo nên sự suy giảm quyền lực của người sản xuất trong chuỗi giá trị.

3.5.2. Kiểm soát thị trường đầu ra của sản phẩm thủy sản

Chuỗi giá trị nuôi trồng thủy sản tại đầm phá Tam Giang chỉ ra rằng, đầu ra của sản phẩm nuôi trồng hoàn toàn phụ thuộc và sự kiểm soát của người thu gom. Mặc dù sau mắt xích người thu gom có nhiều tác nhân khác sẵn sàng thu mua, thậm chí người nuôi

trồng và những tác nhân này có thể biết đến nhau. Tuy nhiên, khả năng tiếp cận của người nuôi trồng với nhóm đối tượng này bị cản trở hay không thể thực hiện. Bởi vì, mỗi người thu gom không chỉ có một nhóm người nuôi trồng luôn sẵn sàng bán sản phẩm cho họ, mà còn có một nhóm những người chuyên thu mua (người bán buôn, bán lẻ) sản phẩm của họ. Chính điều này, tạo nên vị thế và sức mạnh của người thu gom trong chuỗi giá trị. Hơn nữa, số lượng thành viên trong nhóm người nuôi trồng hay người thu mua có sự khác nhau giữa những người thu gom; điều này tùy thuộc và khả năng thu mua và khả năng đáp ứng yêu cầu của mỗi người thu gom. Thông thường mỗi người thu gom có 20 - 30 người nuôi trồng và 5 - 10 người thu mua trong nhóm của mình.

từ mỗi cá nhân riêng lẻ. Thay vào đó, họ mua từ người thu gom sẽ tiết kiệm được thời gian và đáp ứng được yêu cầu về chất lượng và số lượng. Cùng với đó, hoạt động mua bán sản phẩm tại ao nuôi đã trở thành một thói quen lâu đời của người nuôi trồng. Người nuôi trồng chỉ tập trung vào việc thu hoạch thủy sản và nhận tiền sau khi bán, còn việc vận chuyển, bảo quản hay tiêu thụ thuộc về người thu gom. Người nuôi trồng cho rằng việc mang sản phẩm đến bán ở chợ địa phương có thể mang lại thu nhập cao hơn cho họ, nhưng họ sẽ mất nhiều thời gian và công sức trong vận chuyển và tiêu thụ tại chợ, trong khi vấn đề thu lời hay thua lỗ họ không tự kiểm soát được. Nhưng, nếu họ bán ngay tại ao nuôi, họ sẽ có thời gian để làm việc khác có thể mang lại thu nhập khác cho họ.



● : Biểu thị các tác nhân tham gia chuỗi giá trị nuôi trồng thủy sản

Biểu đồ 3. Mô hình tương tác giữa các tác nhân trong chuỗi giá trị

Nguồn: Phỏng vấn các bên liên quan (2019)

Người bán buôn, bán lẻ, hay đại lý đều có nhu cầu mua sản phẩm thủy sản, tuy nhiên, họ không thể mua trực tiếp từ người nuôi; mặc dù, việc mua bán trực tiếp với người nuôi trồng, họ sẽ có được mức giá thấp hơn, hay người nuôi có thể bán được với giá cao hơn, so sánh với người thu gom. Thực trạng này là kết quả từ mô hình nuôi xen ghép, khi người nuôi trồng không thể cung ứng số lượng lớn trong 1 lần (mỗi lần thu hoạch trung bình khoảng 10 kg), trong khi những người mua không thể đi thu gom

Hơn nữa giữa người nuôi trồng và người thu mua đều có sự ràng buộc với người thu gom trong khía cạnh tình cảm, sự tin tưởng và tài chính. Cụ thể, người thu gom và người nuôi trồng cùng sinh sống với nhau tại cùng địa phương, thậm chí họ có thể là họ hàng của nhau; bản thân người thu gom đã xây dựng được mối quan hệ kinh doanh lâu dài với 2 nhóm này, giữa họ đã có sự tin tưởng lẫn nhau; cuối cùng, người thu gom luôn sẵn sàng cho 2 nhóm người này mượn tiền không tính lãi và người mượn có

thể trả bất cứ khi nào họ có. Trường hợp người nuôi trồng đang có món nợ này, nhưng lại bán sản phẩm cho người thu gom khác hay bán cho người bán buôn, bán lẻ. Họ sẽ bị người thu gom (người đã cho mượn tiền) đòi món nợ ngay lập tức hay gây sức ép để phải trả nợ như không thu mua sản phẩm của người nuôi trồng hay thu mua với giá thấp hơn so với người nuôi trồng khác. Trong khi đó, nếu người bán buôn và bán lẻ đã mượn tiền của người thu gom, nhưng họ lại thu mua sản phẩm thủy sản của người thu gom khác hay mua trực tiếp từ người nuôi trồng. Người thu gom (người đã cho mượn tiền) cũng sẽ đòi lại món nợ và sẽ không bán sản phẩm thủy sản cho những người bán buôn, bán lẻ này trong thời gian tới. Chính những điều này tạo nên một sự liên kết chặt chẽ giữa các tác nhân và người thu gom và họ không muốn phá vỡ mối quan hệ này. Người thu gom đã và đang thực hiện một vai trò quan trọng, khi họ là nhân tố chính trong thị trường đầu ra cho các sản phẩm nuôi trồng thủy sản tại đầm phá, hay đầu ra luôn được đảm bảo bởi họ. Thậm chí hoạt động nuôi trồng thủy sản sẽ bị ảnh hưởng nghiêm trọng khi thiếu sự tham gia của những người thu gom. Tuy nhiên, trong bối cảnh phát triển nuôi trồng thủy sản theo hướng nâng cao giá trị sản phẩm, gắn với phát triển chuỗi giá trị (Hiệp hội chế biến và xuất khẩu thủy sản, 2021), người thu gom được xem như một trong những yếu tố cản trở sự phát triển của hoạt động nuôi trồng theo hướng liên kết, bao tiêu sản phẩm, khi vẫn còn sự phụ thuộc lớn của người nuôi trồng vào họ. Dựa trên kết quả tổng hợp thông tin từ các tác nhân tham gia chuỗi, nghiên cứu chỉ ra rằng, khả năng tiếp cận với các kênh tiêu thụ tiềm năng sẽ bị ảnh hưởng, khi người nuôi trồng bị kiểm soát trong chuỗi giá trị truyền thống, hay bị ràng buộc bởi khía cạnh tình cảm và tài chính. Đây cũng được xem là thách thức trong việc mở rộng thị trường, nâng cao giá trị sản

phẩm, phát triển chuỗi liên kết bền vững. Mặt khác, mức độ ảnh hưởng và chi phối của người thu gom đối với những tác nhân thu mua khác đã tạo ra những thách thức trong việc nâng cao giá trị gia tăng cho các sản phẩm thủy sản, khi các tác nhân thu mua khác không thể tiếp cận trực tiếp với người sản xuất bởi những rào cản về số lượng cung ứng của người sản xuất và ràng buộc tình cảm, tài chính khi mượn tiền người thu gom. Bên cạnh đó, người nuôi trồng thủy sản cũng cho rằng sự có mặt của người thu gom làm suy giảm sự cạnh tranh giữa những người sản xuất hay người thu mua khác, khi tất cả sản phẩm của người dân đều được mua và bán với sự đồng nhất về giá. Điều này có thể là rào cản trong việc nâng cao chất lượng và giá trị gia tăng của sản phẩm hướng đến nâng cao thu nhập theo hướng ổn định và bền vững.

4. KẾT LUẬN

Nuôi trồng thủy sản tại đầm phá Tam Giang - Cầu Hai đã và đang mang lại nhiều lợi ích cho người nuôi trồng nói riêng và sự phát triển kinh tế xã hội của tỉnh Thừa Thiên Huế nói chung. Hoạt động này đã thu hút sự tham gia của nhiều tác nhân khác nhau trong chuỗi giá trị các sản phẩm thủy sản, như người nuôi trồng, người thu gom, người bán buôn, người bán lẻ. Trong đó, người thu gom thực hiện một vai trò quan trọng trong việc giải quyết đầu ra cho toàn bộ sản phẩm từ nuôi trồng thủy sản, cũng như phân phối đến các kênh khác nhau trước khi được tiêu thụ bởi người tiêu dùng. Chính vai trò quan trọng này đã tạo nên một vị thế và sức mạnh to lớn của người thu gom trong quản trị chuỗi giá trị. Mỗi người thu gom đều tự hình thành cho mình một nhóm người nuôi trồng chuyên cung cấp sản phẩm thủy sản và một nhóm người mua, luôn sẵn sàng thu mua sản phẩm của mình. Chính vì vậy, người thu gom trở thành mắt xích không thể thiếu trong chuỗi giá trị, khi dòng chảy của sản

phẩm phải thông qua họ và có sự phụ thuộc của các tác nhân khác vào người thu gom. Nhiều chiến lược khác nhau để duy trì lợi thế cạnh tranh như mua toàn bộ số lượng người nuôi trồng có, cho mượn tiền không tính lãi cả người sản xuất và người thu mua, cũng như tạo sự tin tưởng trong một mối quan hệ kinh doanh lâu dài là nền tảng cơ bản cấu thành vai trò quản trị chuỗi giá trị của người thu gom. Vậy nên, người thu gom càng có nhiều lợi thế cạnh tranh, họ càng có nhiều sức mạnh để kiểm soát chuỗi giá trị. Sự kiểm soát này không chỉ ảnh hưởng đến người nuôi trồng mà cả những người bán buôn và bán lẻ. Điều này góp phần tạo nên những rào cản nhất định trong việc nâng cao giá trị gia tăng cho sản phẩm thủy sản, cũng như định hướng phát triển nuôi trồng thủy sản theo chuỗi liên kết bền vững.

LỜI CẢM ƠN

Công trình nghiên cứu này được hỗ trợ một phần bởi Trường Đại học Nông Lâm, Đại học Huế thuộc Chương trình Nhóm nghiên cứu mạnh, khoản tài trợ số NCM.ĐHNL.2021.05

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Tài liệu tiếng Việt

- Bộ Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn. (18/08/2021). *Báo cáo tổng hợp quy hoạch phát triển nuôi trồng thủy sản các tỉnh miền trung đến năm 2020 và định hướng đến năm 2030*.
<https://tongcucthuysan.gov.vn/Portals/0/bc-tong-hop-qh-ntts-mien-trung-2020-2030.pdf>.
- Hiệp hội chế biến và xuất khẩu thủy sản. (18/07/2021). *Tổng quan ngành thủy sản Việt Nam*.
<http://vasep.com.vn/1192/OneContent/tong-quan-nganh.htm>
- Trung tâm Khuyến Nông tỉnh Thừa Thiên Huế. (2016). *Báo cáo tổng kết hoạt động năm 2016*. Trung tâm khuyến nông tỉnh Thừa Thiên Huế.
- Ủy ban Nhân Dân tỉnh Thừa Thiên Huế. (2020). *Tình hình kinh tế xã hội năm 2020*. Báo cáo số 438/BC-UBND ngày 04/12/2020 của UBND tỉnh Thừa Thiên Huế

2. Tài liệu tiếng nước ngoài

- Abebe, G. K., Bijman, J., & Royer, A. (2016). Are middlemen facilitators or barriers to improve smallholders' welfare in rural economies? Empirical evidence from Ethiopia. *Journal of Rural Studies*, 43, 203-213.
<https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2015.12.004>
- Biglaiser, G. (1993). Middlemen as experts. *The RAND journal of Economics*, 212-223.
<https://doi.org/10.2307/2555758>
- Chenail, R. J. (2011). Ten steps for conceptualizing and conducting qualitative research studies in a pragmatically curious manner. *The Qualitative Report*, 16(6), 1715-1732.
- Creswell, J. W., & Poth, C. N. (2007). *Qualitative inquiry and research design: Choosing among five approaches*. Sage publications.
- Gereffi, G., Humphrey, J., & Sturgeon, T. (2005). The governance of global value chains. *Review of international political economy*, 12(1), 78-104.
<https://doi.org/10.1080/09692290500049805>
- Ha, T.T.T., Bush, S.R. & Van Dijk, H. (2013). The cluster panacea? Questioning the role of cooperative shrimp aquaculture in Vietnam. *Aquaculture*, vol. 388, p. 89-98.
<https://doi.org/10.1016/j.aquaculture.2013.01.011>
- Ho, T.M.H. & Burny, P. (2016). Impact of value chain governance on the development of small scale shrimp farmers in Vietnam. *International Journal of Business and Economic Sciences Applied Research*, 9(2), p. 93-98.
<https://doi.org/10.1111/j.1759-5436.2001.mp32003003.x>
- Humphrey, J., & Schmitz, H. (2001). Governance in global value chains. *IDS bulletin*, 32(3), 19-29.
- Miles, J., & Gilbert, P. (Eds.). (2005). *A handbook of research methods for clinical and health psychology*. Oxford University Press on Demand.
- Neven, D., Odera, M. M., Reardon, T., & Wang, H. (2009). Kenyan supermarkets, emerging middle-class horticultural farmers, and employment impacts on the rural poor. *World development*, 37(11), 1802-1811.

- <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2008.08.026>
- Noy, C. (2008). Sampling knowledge: The hermeneutics of snowball sampling in qualitative research. *International Journal of social research methodology*, 11(4), 327-344.
<https://doi.org/10.1080/13645570701401305>
- Rowley, J. (2012). Conducting research interviews. *Management research review*, 35(3/4), 260-271.
<https://doi.org/10.1108/01409171211210154>
- Rubinstein, A., & Wolinsky, A. (1987). Middlemen. *The Quarterly Journal of Economics*, 102(3), 581-593.
<https://doi.org/10.2307/1884218>
- Suhaimee, S., Halim, N. A., HafizudinZakaria, M., Nazmi, M. S., Rusli, R., & Dardak, R. A. (2015). Roles of cooperative movement as middlemen to increase the efficiency of agricultural marketing in Malaysia. *Serdang: Malaysian Agricultural Research and Development Institute (MARDI)*.
- Tran, N., Bailey, C., Wilson, N. & Phillips, M. (2013). Governance of global value chains in response to food safety and certification standards: the case of shrimp from Vietnam. *World development*, 45, p. 325-336.
<https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2013.01.025>
- Tuyen, T. V., Armitage, D., & Marschke, M. (2010). Livelihoods and co-management in the Tam Giang lagoon, Vietnam. *Ocean & Coastal Management*, 53(7), 327-335.
<https://doi.org/10.1016/j.ocecoaman.2010.04.001>
- Van Duijn, A. P., Beukers, R., & van der Pijl, W. (2012). The Vietnamese seafood sector: a value chain analysis. *CBI/LEI, part of Wageningen UR*.
- Van Nguyen, C., Schwabe, J., & Hassler, M. (2021). Value chains and the role of middlemen in white shrimp farming in Central Vietnam. *Asian Geographer*, 1-10.
<https://doi.org/10.1080/10225706.2021.1886953>
- Vesala, T. (2008). Middlemen and the adverse selection problem. *Bulletin of Economic Research*, 60(1), 1-11.
<https://doi.org/10.1111/j.1467-8586.2007.00267.x>