

Thúc đẩy liên kết trong sản xuất và tiêu thụ cam Cao Phong, Hòa Bình

NGUYỄN NHƯ BẰNG*
NGUYỄN THỊ XUÂN HƯƠNG**
NGÔ THỊ THỦY***
HOÀNG THỊ DUNG****

Tóm tắt

Nghiên cứu đi sâu phân tích thực trạng liên kết ngang giữa những người trồng cam và liên kết dọc giữa những bên trong quá trình từ cung ứng đầu vào - sản xuất - thu gom - chế biến và tiêu thụ cam trên địa bàn huyện Cao Phong với số liệu điều tra 104 hộ trồng cam trong năm 2022; làm rõ những tồn tại, hạn chế và nguyên nhân những hạn chế trong các liên kết này. Từ đó, nghiên cứu đưa ra các đề xuất giải pháp thúc đẩy tăng cường liên kết để phát triển bền vững vùng cam, giữ vững được thương hiệu đặc sản “Cam Cao Phong” cho địa phương.

Từ khóa: cam Cao Phong, Hòa Bình, liên kết ngang, liên kết dọc, phát triển

Summary

Through a survey of 104 orange growing households in 2022, the research aims to analyze the reality of horizontal linkages among orange growers and vertical linkages between parties in the process of input supply - production - collection - processing and consumption of oranges in Cao Phong district, as well as clarify the shortcomings and their causes in these linkages. Finally, solutions are discussed to promote linkages for sustainable development of orange growing areas, and maintain the Cao Phong Orange brand.

Keywords: Cao Phong orange, Hoa Binh, horizontal linkage, vertical linkage, development

GIỚI THIỆU

Cao Phong là huyện miền núi của tỉnh Hòa Bình với sản phẩm cam Cao Phong được biết đến là một đặc sản của địa phương. Qua hơn 20 năm trồng và phát triển, cây cam đã trở thành cây chủ lực của Huyện, mang lại giá trị kinh tế cao. Tuy nhiên, sự phát triển sản xuất quá nóng, tự phát, sự kiểm soát thiếu chặt chẽ, hiệu quả trong sử dụng chỉ dẫn địa lý, tinh thần trách nhiệm của người sản xuất, người kinh doanh cam trong và ngoài địa phương chưa cao... dẫn đến hiện tượng bán trà trộn thương hiệu, chất lượng sản phẩm không đảm bảo... đang làm ảnh hưởng lớn đến việc phát triển sản xuất, kinh doanh cam của địa phương, nguy cơ mất thương hiệu hiện hữu. Để giải quyết được vấn đề trên, cần thúc đẩy liên kết trong sản xuất và tiêu thụ cam Cao Phong, Hòa Bình.

PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Để tìm hiểu sâu các liên kết trong sản xuất và tiêu thụ sản phẩm cam Cao Phong, nghiên cứu tiến hành điều tra sâu các đối tượng tham gia vào chuỗi liên kết gồm: người trồng cam, người cung cấp vật tư đầu vào, người thu gom trung gian, các đơn vị tiêu thụ có ký hợp

đồng, cán bộ địa phương có liên quan, trong thời gian từ 6-8/2022.

- Đối với người trồng, nghiên cứu lựa chọn điều tra mẫu ở 3 khu vực: Thị trấn Cao Phong, xã Bắc Phong và xã Tây Phong với 104 hộ trồng cam.

- Đối với cán bộ quản lý và các HTX, các bên liên quan khác (10 người): phương pháp phỏng vấn bán định hướng được thực hiện để thu thập số liệu.

Các số liệu sau khi được thu thập, làm sạch được đưa vào phân tích với các phương pháp chính là: thống kê mô tả, thống kê so sánh và phân tích chuỗi.

KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN

Các hoạt động liên kết trong sản xuất
Theo Bảng 1, các hoạt động liên kết chính của các hộ trồng cam ở huyện Cao Phong là hoạt động đối công lao động với 92,3% số hộ điều tra có tham gia hoạt động này. Đây thực sự là nhu cầu tất yếu của hộ bởi số lao động của các hộ trồng

* TS., ** TS., *** ThS., **** ThS., Khoa Kinh tế và Quản trị kinh doanh - Trường Đại học Lâm nghiệp
Ngày nhận bài: 12/11/2022; Ngày phản biện: 28/11/2022; Ngày duyệt đăng: 10/12/2022

cam của Huyện là khá ít, trong khi việc chăm sóc cây cam đòi hỏi rất nhiều công lao động, đặc biệt với các hộ có diện tích trồng cam lớn 4-5 ha. Thực tế điều tra cho thấy, mặc dù hầu hết các hộ có tham gia hỗ trợ, đổi công lao động, nhưng hoạt động này cũng chỉ mang tính chất hỗ trợ, đặc biệt với các hộ có quan hệ họ hàng hoặc láng giềng gần gũi. Với các hộ có diện tích trồng cam lớn, họ phải thuê lao động ngoài trong những thời kỳ tủa cành và chăm sóc sau mỗi vụ thu hoạch.

Trong việc mua vật tư đầu vào, 55,77% số hộ tham gia hợp tác cùng mua đầu vào để được hưởng ưu đãi mua số lượng và thuận tiện, giảm chi phí vận chuyển về đến vườn.

Do số lượng hợp tác xã (HTX) trồng và kinh doanh cam trên địa bàn Huyện còn khá hạn chế, nên việc thu hút thành viên tham gia là khó khăn. Qua điều tra (Bảng 2) cho thấy, chỉ 6/104 hộ có tham gia HTX. Các HTX hiện có ở huyện Cao Phong chủ yếu là các HTX dịch vụ nông nghiệp (cung ứng vật tư đầu vào) và HTX tiêu thụ. Hiện chỉ có HTX Hà Phong, HTX 3T là HTX có nhiều hoạt động trong cả trồng, chế biến và tiêu thụ sản phẩm cam ở địa phương.

Trái ngược với việc tham gia HTX, số hộ có tham gia nhóm VietGAP lại chiếm con số khá ấn tượng với trên 45% số hộ có tham gia. Đây là một dấu hiệu cho thấy các hộ trồng cam đã có nhận thức rất tốt về việc cần quản lý chặt chẽ quy trình trồng như quy trình VietGAP để nâng cao chất lượng và mức độ an toàn của sản phẩm. Đây cũng là một trong những định hướng chiến lược của huyện Cao Phong để nâng cao chất lượng, uy tín và thương hiệu sản phẩm cam của huyện.

Về việc tham gia sử dụng chỉ dẫn địa lý cam “Cao Phong” cho thấy, mặc dù chỉ dẫn địa lý đã được đưa vào sử dụng từ năm 2014 và 3 địa điểm nghiên cứu đều nằm trong vùng được bảo hộ và sử dụng chỉ dẫn địa lý cam “Cao Phong”. Tuy nhiên, số lượng hộ có sử dụng tem nhãn chỉ dẫn địa lý này không nhiều (12,5% số hộ điều tra). Đây cũng là một vấn đề trong việc tuyên truyền, hỗ trợ người dân để có thể sử dụng được lợi thế này trong tiêu thụ sản phẩm.

Hợp đồng là hình thức cao nhất để đảm bảo tính liên kết chặt chẽ của các bên tham gia. Kết quả điều tra về mức độ liên kết trong các hoạt động trồng cam của hộ điều tra ở huyện Cao Phong

BẢNG 1: CÁC HOẠT ĐỘNG LIÊN KẾT CỦA HỘ TRỒNG CAM QUA ĐIỀU TRA

TT	Nội dung liên kết	Có tham gia		Không tham gia	
		Số lượng (hộ)	Tỷ lệ (%)	Số lượng (hộ)	Tỷ lệ (%)
1	Đổi công lao động	96	92,31	8	7,69
2	Hợp tác mua vật tư trồng	58	55,77	46	44,23
3	Hợp tác trong tiêu thụ	42	40,38	62	59,62
4	Hợp tác trong sản xuất	63	60,58	41	39,42

BẢNG 2: TÌNH HÌNH THAM GIA HTX CỦA HỘ ĐIỀU TRA

TT	Nội dung liên kết	Có tham gia		Không tham gia	
		Số lượng (hộ)	Tỷ lệ (%)	Số lượng (hộ)	Tỷ lệ (%)
1	Tham gia vào HTX	6	5,77	98	94,23
2	Tham gia nhóm VietGAP	47	45,19	57	54,81
3	Tham gia nhóm GlobalGAP	0	0,00	104	100
4	Tham gia quy trình theo yêu cầu sử dụng chỉ dẫn địa lý “Cam Cao Phong”	13	12,5	91	87,5

BẢNG 3: MỨC ĐỘ THAM GIA LIÊN KẾT CỦA HỘ ĐIỀU TRA

TT	Hoạt động liên kết	Số lượng (hộ)	Tỷ lệ (%)
1	Liên kết trong cung cấp vật tư, giống		
	Có hợp đồng	1	0,96
	Không có hợp đồng (Thỏa thuận miệng)	103	99,04
2	Liên kết trong hỗ trợ kỹ thuật		
	Có hợp đồng	2	1,92
	Không có hợp đồng (Thỏa thuận miệng)	102	98,08
3	Liên kết trong nhóm sản xuất		
	Có hợp đồng	5	4,81
	Không có hợp đồng (Thỏa thuận miệng)	99	95,19

Nguồn: Số liệu điều tra và tính toán của nhóm tác giả

(Bảng 3) cho thấy, hầu hết những hộ gia đình có tham gia liên kết tuy chỉ qua các cam kết đơn giản (thỏa thuận miệng) mà không có hợp đồng ràng buộc. Đây một mặt là do thói quen của người dân trong các giao dịch, hợp tác, đồng thời cũng phản ánh mức độ liên kết còn khá lỏng lẻo giữa các bên; mặt khác, thực chất là các bên chưa thấy được sự quan trọng của hợp đồng trong hợp tác. Với thực tế sản xuất nhỏ lẻ, đơn lẻ của hộ như hiện nay, thì điều này không thực sự có nhiều ảnh hưởng. Tuy nhiên, với xu thế mở rộng sản xuất thì việc tăng cường liên kết theo dạng hợp đồng sẽ là cần thiết và tất yếu.

Các hoạt động liên kết trong tiêu thụ cam

Theo kết quả ở Bảng 4, có 47,5% lượng cam của hộ điều tra được bán qua hình thức bán lẻ tự do. Đây là hình thức phổ biến mà các hộ lựa chọn do kênh này không đòi hỏi nhiều tiêu chuẩn chất lượng, đảm bảo an toàn sinh học, mặt khác đây là kênh tiêu thụ truyền thống, không có nhiều ràng buộc về giá cả, số lượng và thời gian. Tuy nhiên, đây là kênh thiếu sự đảm bảo ổn định cả về lượng tiêu thụ và giá cả. Trong giai đoạn chính vụ, việc các hộ cắt bán ồ ạt sẽ dẫn đến tình trạng dư cung, giá giảm. Đây là một thực tế nhiều năm ở

BẢNG 4: KÊNH TIÊU THỤ CHÍNH CỦA CÁC HỘ ĐIỀU TRA

TT	Kênh tiêu thụ	Lượng tiêu thụ (Tấn)	Tỷ lệ (%)
1	Người thu gom	2.219	41,5
2	Bán qua HTX	428	8,0
3	Bán cho siêu thị, công ty	160	3,0
4	Bán lẻ tại vườn, chợ địa phương	2.540	47,5
	Tổng số	5.347	100

BẢNG 5: MỨC ĐỘ LIÊN KẾT TRONG TIÊU THỤ CAM CỦA HỘ ĐIỀU TRA

TT	Kênh tiêu thụ	Lượng tiêu thụ (hộ)	Tỷ lệ (%)
1	Người thu gom	44	42,31
	Có hợp đồng, thỏa thuận	4	9,09
	Không có hợp đồng, thỏa thuận	40	90,9
2	Bán qua HTX	8	7,7
	Có hợp đồng, thỏa thuận	8	100,0
	Không có hợp đồng, thỏa thuận	0	0,0
3	Bán cho siêu thị, công ty	3	2,9
	Có hợp đồng, thỏa thuận	3	100,0
	Không có hợp đồng, thỏa thuận	0	0,0
4	Bán lẻ tại vườn, chợ địa phương	49	47,12
		104	

Nguồn: Số liệu điều tra và tính toán của nhóm tác giả

các vùng cam, trong đó có huyện Cao Phong, tỉnh Hòa Bình. Tuy nhiên, do không có nhiều kênh tiêu thụ lựa chọn và không có sự liên kết, nên các hộ trồng cam hiện nay vẫn đang lựa chọn hình thức tiêu thụ này mặc dù biết có chứa đựng nhiều rủi ro.

Với kênh bán qua người thu gom cũng là một kênh tiêu thụ chính của các hộ trồng cam. Kênh này khá đơn giản với việc người thu gom đến các nhà vườn, trao đổi giá cả và số lượng cho từng lần giao dịch. Việc ép giá cũng thường xuyên xảy ra, đặc biệt trong thời điểm cao độ thu hoạch.

Với kênh tiêu thụ qua siêu thị, công ty chỉ chiếm chưa đầy 10% sản lượng cam của các hộ điều tra. Điều này chỉ xảy ra với hộ có tham gia HTX. Thông qua việc bán cam cho HTX, cam sẽ lại tiếp tục được tiêu thụ ở các điểm tiêu thụ lẻ như siêu thị, cửa hàng hoa quả sạch hay cung cấp cho các nhà hàng lớn... Với vùng cam Cao Phong, tỷ lệ bán qua kênh này không chỉ với các hộ điều tra, mà với tình hình chung của toàn Huyện thì cũng còn rất nhỏ, do hiện trên toàn Huyện, chỉ có 5 HTX sản xuất và kinh doanh cam, trong đó có 2 HTX có quy mô khá lớn và tiêu chuẩn cam đạt yêu cầu VietGAP là HTX Hà Phong và HTX 3T.

Do chủ yếu bán qua thương lái và bán lẻ tại vườn nên hình thức tiêu thụ có hợp đồng là rất ít với các hộ điều tra. Chỉ với các hộ tham gia HTX thì việc tiêu thụ qua hợp đồng mới có cơ hội thực hiện (Bảng 5). Đây là một khâu rất yếu trong sản xuất, kinh doanh cây cam ở Cao Phong.

KẾT LUẬN VÀ GIẢI PHÁP

Kết luận

Phân tích thực trạng liên kết trong sản xuất và tiêu thụ cam Cao Phong cho thấy, đa số các hộ chỉ có liên kết đơn giản trong đổi công lao động và cùng mua vật tư đầu vào với số lượng ít. Số lượng HTX trồng và kinh doanh cam chỉ có 5 HTX và 1 liên minh HTX với 4 HTX trong số này. Các HTX không thu hút được nhiều thành viên tham gia. Các HTX cũng chủ yếu hoạt động trong phạm vi của HTX mà không thực hiện các dịch vụ cung ứng đầu vào và bao tiêu sản phẩm cho các đơn vị khác.

Trong tiêu thụ sản phẩm, chủ yếu sản phẩm được bán qua thương lái với 41%, bán qua các chợ dân sinh, bán lẻ tại vườn: 45%, còn lại là bán qua siêu thị, công ty. Từ năm 2019, một lượng nhỏ sản phẩm (chưa đến 10%) sản lượng được bán qua các sàn thương mại điện tử. Trên địa bàn Huyện hầu hết chưa có điểm chế biến có quy mô, do vậy các liên kết theo chuỗi giá trị cũng hầu như không có.

Giải pháp tăng cường liên kết trong sản xuất và tiêu thụ cam Cao Phong

Trên cơ sở phân tích thực trạng, những tồn tại, hạn chế, nghiên cứu đã đưa ra 5

nhóm giải pháp để thúc đẩy các liên kết trong sản xuất và tiêu thụ cam ở huyện Cao Phong, gồm:

(1) Thúc đẩy việc hình thành và phát triển các HTX nông nghiệp

Để phát triển được các HTX thì vai trò của các tổ chức chính trị xã hội ở địa phương là rất quan trọng, cần tăng cường công tác tuyên truyền, vận động để các hộ nhỏ lẻ tham gia vào HTX. Đồng thời, trong thời gian đầu mới hình thành, các HTX cần sự hỗ trợ của chính quyền địa phương để xây dựng mô hình hoạt động tốt ngay từ ban đầu.

(2) Thúc đẩy liên kết để mở rộng vùng trồng theo tiêu chuẩn VietGAP

Để nâng cao được diện tích trồng cam theo VietGAP, thì công tác tuyên truyền nâng cao nhận thức cho người trồng là yêu cầu đầu tiên. Ngoài ra, do việc trồng cam theo tiêu chuẩn VietGAP cũng đòi hỏi có kinh phí và kiến thức, cần có sự hỗ trợ của phòng Nông nghiệp địa phương làm trung tâm kết nối giữa các bên tư vấn thiết kế, hướng dẫn kỹ thuật trồng, chăm sóc cây trồng những năm đầu cho người dân. Thậm chí, Huyện có thể đề xuất xây dựng đề án về phát triển vùng cam VietGAP của Huyện, trong đó có hỗ trợ kinh phí cho các hộ tham gia. Sau khi mô hình thành công sẽ dễ dàng nhân rộng ra các địa phương khác của Huyện.

(3) Thúc đẩy liên kết theo chuỗi giá trị

Liên kết theo chuỗi giá trị đề cập nhiều đến những hỗ trợ lẫn nhau giữa các mắt xích của quá trình từ cung ứng đầu vào cho sản xuất - sản xuất - thu mua - chế biến và tiêu thụ, bao gồm cả các liên kết ngang và liên kết dọc theo chuỗi.

Ngoài các liên kết trong sản xuất và chế biến, việc thiết lập các liên kết trong tiêu thụ cũng vô cùng quan trọng

như việc ký kết hợp đồng với các siêu thị, sàn thương mại điện tử, các đơn vị xuất khẩu hoa quả sạch... Điều này sẽ rất khó với mỗi hộ trồng cam cá thể, do vậy sự tham gia của chính quyền thông qua các hoạt động xúc tiến, hội chợ thương mại nông sản... là rất cần thiết.

(4) Nâng cao ý thức của người trồng, người kinh doanh trong xây dựng và bảo vệ thương hiệu cam Cao Phong

Trước hết, người sản xuất ở vùng cam Cao Phong cần tự nâng cao ý thức trách nhiệm trong cung cấp sản phẩm đúng chất lượng, đúng cam kết, đồng thời phải xây dựng các biện pháp phòng chống hàng nhái, hàng giả, như: việc thiết kế hệ thống kênh phân phối chính thống, kiểm soát sử dụng nhãn hiệu cam Cao Phong, tạo ra nhiều điểm nhận diện riêng cao của cam Cao Phong, như: logo, biểu trưng khác của nhãn hiệu, bao bì sản phẩm.

Về phía chính quyền địa phương, cần chỉ đạo UBND các xã, thị trấn trong phạm vi quản lý được bảo hộ chỉ dẫn địa lý Cao Phong tổ chức các hoạt động tuyên truyền, phổ biến và giám sát việc tuân thủ các quy định về quản lý và sử dụng chỉ dẫn địa lý Cao Phong của các tổ chức và cá nhân trên địa bàn. Tổ chức các lớp tập huấn công tác sử dụng chỉ dẫn địa lý (quyền và trách nhiệm) cho các tổ chức, cá nhân sản xuất, kinh doanh tại các xã, thị trấn trong vùng chỉ dẫn.

(5) Tăng cường đầu tư hạ tầng sản xuất, chế biến và tiêu thụ cam trên địa bàn Huyện

Để phát triển tốt cây ăn quả có múi của huyện Cao Phong, UBND tỉnh Hòa Bình đã ban hành Quyết định số 2078/QĐ-UBND, ngày 16/9/2021 phê duyệt đề án "Tái canh cây ăn quả có múi trên địa bàn Tỉnh giai đoạn 2021-2025, định hướng đến năm 2030". Xác định tổ chức lại sản xuất với vai trò nòng cốt là doanh nghiệp, HTX liên kết chặt với hộ sản xuất theo chuỗi giá trị; khép kín, đồng bộ từ khâu tổ chức sản xuất đến thu hái, sơ chế, chế biến, bảo quản, tiêu thụ.

Cùng với việc đảm bảo vùng trồng cam đủ lớn cho sản xuất theo hướng hàng hóa, huyện Cao Phong và tỉnh Hòa Bình cần xem xét hỗ trợ thiết lập trung tâm logistics cây ăn quả có múi (trong đó có sản phẩm cam) tại Huyện để hỗ trợ thị trường tiêu thụ, giảm khâu trung gian. □

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Võ Thị Thanh Lộc, Nguyễn Phú Sơn (2016). *Giáo trình phân tích chuỗi giá trị sản phẩm*, Nxb Đại học Cần Thơ
2. Lê Hữu Ảnh và cộng sự (2017). *Nghiên cứu đề xuất chính sách, giải pháp thúc đẩy phát triển các hình thức hợp tác, liên kết sản xuất - tiêu thụ sản phẩm trong trồng trọt, lâm nghiệp và thủy sản*, Báo cáo đề tài cấp bộ, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn
3. Doris Becker, Phạm Ngọc Trâm và Hoàng Đình Tú (2009). *Phát triển chuỗi giá trị - công cụ gia tăng giá trị cho sản xuất nông nghiệp*, Chương trình hợp tác giữa Chính phủ Việt Nam và GTZ
4. Vũ Thị Hằng Nga, Trần Hữu Cường (2020). Một số lý luận về liên kết giữa hộ nông dân và doanh nghiệp trong sản xuất và tiêu thụ nông sản, *Tạp chí Khoa học Nông nghiệp Việt Nam*, 18(3), 230-237
5. Hồ Thanh Thủy (2017). Vai trò của liên kết trong chuỗi giá trị nông sản, *Tạp chí Giáo dục lý luận*, số 269-270 (Quý III +IV, 2017)