

Phân tích hiệu quả kinh tế chuỗi giá trị sản phẩm chuối tiêu Hồng trên địa bàn huyện Khoái Châu, tỉnh Hưng Yên

LÊ THANH HÀ*
VŨ THỊ HẢI**
ĐOÀN THỊ NGỌC THÚY***

Tóm tắt

Trong chuỗi giá trị ngành hàng nông nghiệp, hoạt động liên kết của các tác nhân vẫn còn tồn tại hiện tượng rời rạc nên chưa mang lại hiệu quả kinh tế như kỳ vọng. Kết quả nghiên cứu phân tích hiệu quả kinh tế chuỗi giá trị sản phẩm chuối tiêu Hồng trên địa bàn huyện Khoái Châu, tỉnh Hưng Yên cho thấy, những yếu tố có sự tương quan với hiệu quả kinh tế của hộ sản xuất chuối, gồm: Mức đầu tư; Năng suất; Trình độ học vấn; Kinh nghiệm và Diện tích. Đồng thời, nghiên cứu cũng chỉ ra, sự thiếu hợp tác giữa các nhóm tác nhân, cũng như trong nội bộ từng nhóm, đặc biệt, sự xuất hiện của tác nhân Chế biến trong chuỗi giá trị là rất mờ nhạt.

Từ khóa: chuỗi tiêu Hồng, chuỗi giá trị, hiệu quả kinh tế, phân tích kinh tế, liên kết

Summary

In agricultural value chain, the linkage between actors stays fragmented, which triggered unexpected economic efficiency. Results from analyzing economic efficiency of Hong banana value chain in Khoai Chau district, Hung Yen province point out some factors that are correlated with the economic efficiency of households including Investment; Productivity; Academic level; Experience and Area. At the same time, there is a lack of cooperation between actors, as well as within each group. Specially, the role of Processing in the value chain is very weak.

Keywords: Hong banana, value chain, economic efficiency, economic analysis, linkage

GIỚI THIỆU

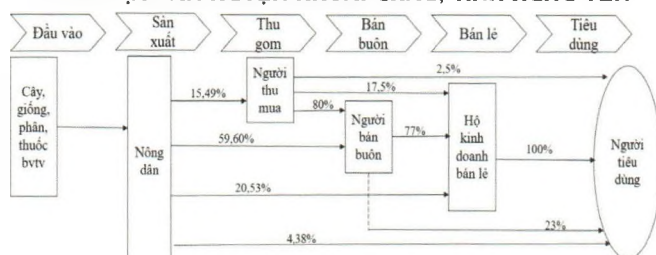
Phân tích hiệu quả kinh tế sản phẩm nông nghiệp là phạm trù được nhiều tác giả quan tâm, tuy nhiên, quá trình phân tích hiệu quả kinh tế chủ yếu hướng tới tác nhân sản xuất trong chuỗi giá trị mà ít có mối liên hệ với các tác nhân khác, cũng như kênh phân phối. Các nghiên cứu phân tích hiệu quả kinh tế thường tập trung vào nhóm các chỉ tiêu: chi phí, thu nhập, lợi nhuận, thu nhập/chi phí, lao động gia đình, lợi nhuận/ngày lao động gia đình [3]. Phân tích hiệu quả kinh tế gắn với chuỗi giá trị sản phẩm đang là xu hướng mới khi đánh giá hiệu quả sản xuất nông sản. Thông thường, mỗi chuỗi giá trị trong lĩnh vực nông nghiệp có 3 nhóm tác nhân tham gia, bao gồm: người sản xuất, người chế biến, người tiêu thụ,

nhưng có sự khác nhau về phân bố giá trị gia tăng giữa các tác nhân [2], nên khi đánh giá hiệu quả kinh tế theo chuỗi có thể đánh giá được dòng chảy về tiền của các tác nhân tham gia vào chuỗi.

Chuỗi tiêu Hồng là một trong những cây trồng thuộc nhóm hoa quả chủ lực của tỉnh Hưng Yên và đang được sản xuất để thúc đẩy phát triển kinh tế nông nghiệp, xóa đói giảm nghèo, nâng cao thu nhập cho nông dân của Tỉnh. Diện tích trồng chuối của Tỉnh tăng nhanh qua các năm, từ 640 ha năm 2014 lên đến trên 900 ha năm 2020, đồng thời năng suất cũng tăng gấp đôi từ 22,06 tấn/ha lên 46,58 tấn/ha. Sản lượng chuối thu hoạch của Tỉnh năm 2020 đạt 25.384 tấn và chủ yếu tập trung vào huyện Khoái Châu [1]. Để cung cấp thông tin hữu ích làm cơ sở xây dựng chiến lược hỗ trợ phát triển chuỗi giá trị một cách bền vững và giúp nông dân trồng chuối có thu nhập cao hơn và gắn bó hơn với nghề trồng chuối, nhóm tác giả tập trung phân tích hiệu quả kinh tế chuỗi giá trị chuối tiêu Hồng tại huyện Khoái Châu, tỉnh Hưng Yên.

* ThS., ** ThS., *** ThS., Khoa Kế toán và Quản trị kinh doanh, Học viện Nông nghiệp Việt Nam
Ngày nhận bài: 22/7/2022; Ngày phản biện: 15/8/2022; Ngày duyệt đăng: 25/8/2022

HÌNH 1: CHUỖI GIÁ TRỊ SẢN PHẨM CHUỖI TIÊU HỒNG TRÊN ĐỊA BÀN HUYỆN KHOÁI CHÂU, TỈNH HƯNG YÊN



Nguồn: Nghiên cứu của nhóm tác giả

PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

- Phương pháp tiếp cận và thu thập số liệu: Nghiên cứu dựa trên cách tiếp cận theo chuỗi giá trị để đánh giá hiệu quả kinh tế chuỗi giá trị chuỗi tiêu Hồng trên địa bàn huyện Khoái Châu, tỉnh Hưng Yên. Số liệu thứ cấp được thu thập từ Niên giám thống kê tỉnh Hưng Yên. Nguồn số liệu sơ cấp được thu thập dựa trên phương pháp thảo luận nhóm (PRA) có sự tham gia của 45 hộ nông dân sản xuất cây chuối tiêu Hồng trên địa bàn 3 xã Đại Tập, Tứ Dân và Liên Khê (3 xã điển hình về sản xuất chuối tiêu Hồng trên địa bàn Huyện). Thời gian khảo sát và thu thập dữ liệu được tiến hành trong tháng 6/2022.

- Phương pháp tính toán theo chi phí hoạt động và giá trị gia tăng được sử dụng để xem xét hiệu quả tài chính theo các nhóm tác nhân tham gia vào chuỗi. Các chỉ tiêu được sử dụng trong nghiên cứu bao gồm:

Doanh thu (TR): Tổng doanh thu từ tất cả các kênh bán hàng;

Chi phí trung gian (IC): bao gồm giống, phân bón, thuốc bảo vệ thực vật, công cụ dụng cụ phân bổ và chi phí khấu hao phân bổ.

Giá trị gia tăng (VA): $TR - IC$

Chi phí tăng thêm = Chi phí thuê đất + Chi phí thuê lao động + Chi phí khác (điện, nước, thủy lợi...)

Lợi nhuận gộp (MI) = $VA - IC$

- Phương pháp phân tích: Nghiên cứu sử dụng phương pháp phân tích kinh tế bao gồm: thống kê mô tả và so sánh để đánh giá hiệu quả kinh tế của các tác nhân và toàn chuỗi giá trị sản phẩm chuối tiêu Hồng tại huyện Khoái Châu.

- Phương pháp phân tích sự tương quan được sử dụng để đánh giá các yếu tố liên hệ tới hiệu quả kinh tế hộ nông dân trong chuỗi giá trị chuối tiêu Hồng.

TG: Tỷ lệ sản lượng tiêu thụ qua thu gom (%);

BB: Tỷ lệ sản lượng tiêu thụ qua bán buôn (%);

BL: Tỷ lệ sản lượng tiêu thụ qua bán lẻ (%);

TT: Tỷ lệ sản lượng tiêu thụ trực tiếp cho người tiêu dùng (%);

GBQ: Giá bình quân (đồng/kg);

ĐT: Giá trị đầu tư cơ bản (triệu đồng);

LĐGD: Số lượng lao động gia đình sử dụng (người)

KN: Số năm kinh nghiệm (năm);

DT: Diện tích canh tác (sào);

VA/IC: Giá trị gia tăng/chi phí trung gian.

KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU

Tổng quan chuỗi giá trị chuỗi tiêu Hồng

Nghiên cứu về kênh tiêu thụ sản phẩm chuối tiêu Hồng ở huyện Khoái Châu cho thấy, có sự xuất hiện của 4 kênh tiêu thụ chính (Hình 1). Trong đó, kênh tiêu thụ dài nhất, có các tác nhân tham gia, bao gồm: hộ sản xuất, hộ thu gom, hộ bán buôn, hộ bán lẻ và người tiêu dùng. Cụ thể:

Kênh 1: Hộ sản xuất Hộ thu gom Hộ bán buôn Hộ bán lẻ Người tiêu dùng.

Kênh 2: Hộ sản xuất Hộ bán buôn Người tiêu dùng.

Kênh 3: Hộ sản xuất Hộ bán lẻ Người tiêu dùng.

Kênh 4: Hộ sản xuất Người tiêu dùng.

Theo đó, kênh có đóng góp tỷ trọng lớn nhất là kênh 2 và kênh 3. Sự tham gia của kênh thu gom chưa nhiều và kênh bán trực tiếp cho người tiêu dùng là còn chưa cao. Thực tế thì sự liên kết sản xuất tiêu thụ và trao đổi thông tin thị trường giữa các tác nhân chưa cao, nên các kênh phân phối còn chưa thực sự ổn định và phát triển.

Hiệu quả kinh tế trong chuỗi giá trị chuối tiêu Hồng

Tác nhân sản xuất là tác nhân đạt giá trị cao nhất về các chỉ tiêu kết quả và hiệu quả sử dụng vốn. Sản xuất chuối đòi hỏi chi phí thấp về giống, phân bón và chăm sóc so với các loại cây khác. Bên cạnh đó, tại huyện Khoái Châu, hầu như các hộ tận dụng đất sẵn có để trồng chuối nên chi phí về thuê đất cũng không cao. Giá trị gia tăng của 2 tác nhân bán buôn và thu gom mặc dù thấp nhất chuỗi, nhưng do khối lượng sản phẩm chuối giao dịch trong 1 ngày là lớn nhất, nên giá trị thu nhập hỗn hợp vẫn là thuộc diện cao. Các chỉ tiêu tính hiệu quả kinh tế của các tác nhân đều không âm, tuy nhiên giá trị chưa cao (Bảng 1). Điều này cho thấy, hiệu quả kinh tế của các tác nhân trong chuỗi chưa cao. Chuối thường được bán dưới dạng sản phẩm tươi, không có bảo quản và chế biến, người mua thường chủ động vận chuyển. Hộ thu gom thường thu mua chuối và bán luôn trong ngày với quy mô nhỏ và chỉ trong phạm vi Huyện, khách hàng chủ yếu của họ là người bán buôn. Phương tiện vận chuyển của hộ thu gom chủ yếu là xe máy, xe cải tiến, một số ít vận chuyển bằng ô tô. Hộ bán buôn cũng thường thu gom số lượng lớn và chủ động phương tiện vận chuyển, họ là mắt xích

kết nối giữa tác nhân thu gom và tác nhân bán lẻ. Các hộ thuộc nhóm tác nhân này là các hộ dân trong địa bàn Huyện, một số ít ở các huyện lân cận. Những người bán lẻ chủ yếu thu mua sản phẩm chuối tiêu Hồng trực tiếp từ bộ bán buôn chuối. Nhiều hộ bán lẻ không chủ động vận chuyển mà phải được giao hàng tận nơi.

Nghiên cứu nhận thấy, kênh 1 có đầy đủ các tác nhân tham gia và giá trị gia tăng đạt được lớn nhất (Bảng 2). Đây cũng là kênh hoạt động có hiệu quả nhất trong chuỗi giá trị, nên cần thiết được mở rộng trong những năm tới. Kênh 2 và 3 có giá trị gia tăng thấp hơn, nhưng tỷ lệ hiệu quả VA/IC lại tương đối cao, nên những năm tới giữ nguyên ổn định. Kênh 4 là kênh có giá trị gia tăng và hiệu quả thấp nhất, nhưng ở kênh này hộ sản xuất đạt giá trị gia tăng cao nhất, vậy nên người nông dân có thể duy trì kênh này để có thể thu được lợi nhuận cao nhất (Bảng 2). Tuy nhiên, quy mô bán hàng qua kênh này khá thấp do hộ sản xuất chủ yếu phân phối sản phẩm trong không gian địa lý tại địa phương, sản lượng tiêu thụ chậm và không đáp ứng được sản lượng sản xuất ra. Qua số liệu điều tra, chuỗi tiêu Hồng được bán rất mạnh vào dịp Tết Nguyên Đán. Bình thường giá chuối dao động khoảng từ 4.000-5.500 đồng/kg. Có lúc giá chuối xuống thấp chỉ còn 3.000-3.500 đồng/kg. Giá bán trung bình của các hộ sản xuất là 5.040 đồng/kg và sản lượng bình quân là 12.247 kg/mẫu/năm, nên thu nhập trung bình khoảng 17 triệu/mẫu/năm. Dựa vào các chỉ tiêu tính toán hiệu quả của tác nhân sản xuất chuỗi tiêu Hồng cho thấy, doanh thu, giá trị gia tăng đạt được tính trên đồng chi phí trung gian đạt lần lượt là 1,66 và 0,66 lần, hơn nữa chỉ tiêu MI/IC là 0,55 cho thấy sản xuất chuối tiêu Hồng đã đem lại hiệu quả kinh tế khá cao.

Ảnh hưởng của các nhân tố đến hiệu quả hoạt động của người sản xuất chuối tiêu Hồng trên địa bàn huyện Khoái Châu

Kết quả kiểm định ý nghĩa thống kê cho thấy, hệ số tương quan của tỷ lệ bán qua kênh thu gom có tương quan ngược chiều với bán buôn và bán trực tiếp cho người tiêu dùng (Bảng 3). Thông thường nếu hộ sản xuất đã bán cho hộ thu gom, thì họ sẽ rất ít bán cho hộ bán buôn hay bán trực tiếp cho người tiêu dùng. Các hộ sản xuất có trình độ học vấn cao, thì sẽ có xu hướng bán cho hộ thu gom nhiều hơn.

BẢNG 1: HIỆU QUẢ KINH TẾ CỦA CÁC TÁC NHÂN TÍNH CHO 100KG CHUỐI TIÊU HỒNG

Diễn giải	ĐVT	Sản xuất	Thu gom	Bán buôn	Bán lẻ
Giá bán	1.000đ/kg	5,04	7,44	9,47	13,87
Doanh thu (TR)	1.000đ	504,22	744,33	946,67	1.386,67
Chi phí trung gian (IC)	1.000đ	304,39	568,43	618,20	828,23
Giá trị gia tăng (VA)	1.000đ	199,84	175,90	328,47	558,44
Chi phí tăng thêm	1.000đ	33,66	11,57	4,90	11,86
Thu nhập hỗn hợp (MI)	1.000đ	166,18	164,33	323,56	546,58
TR/IC	Lần	1,66	1,31	1,53	1,67
VA/IC	Lần	0,66	0,31	0,53	0,67
MI/IC	Lần	0,55	0,29	0,52	0,66

BẢNG 2: HIỆU QUẢ KINH TẾ CỦA CÁC KÊNH TÍNH CHO 100KG CHUỐI TIÊU HỒNG

Diễn giải	ĐVT	Sản xuất	Thu gom	Bán buôn	Bán lẻ
Kênh 1					
TR	1.000đ	429,55	716,67	883,33	1386,67
IC	1.000đ	304,39	568,43	618,2	828,23
VA	1.000đ	125,16	148,24	265,13	558,44
VA/IC	lần	0,66	0,26	0,43	0,67
Tỷ lệ VA	%	11,41	13,51	24,17	50,91
Kênh 2					
TR	1.000đ	491,67	-	1.133,33	-
IC	1.000đ	304,39	-	618,20	-
VA	1.000đ	187,28	-	515,13	-
VA/IC	lần	0,52	-	0,83	-
Tỷ lệ VA	%	26,66	-	73,34	-
Kênh 3					
TR	1.000đ	486,11	-	-	1.386,67
IC	1.000đ	304,39	-	-	828,23
VA	1.000đ	183,38	-	-	558,44
VA/IC	lần	0,62	-	-	0,67
Tỷ lệ VA	%	24,72	-	-	75,28
Kênh 4					
TR	1.000đ	631,58	-	-	-
IC	1.000đ	304,39	-	-	-
VA	1.000đ	327,19	-	-	-
VA/IC	lần	1,07	-	-	-
Tỷ lệ VA	%	100,00	-	-	-

Nguồn: Tính toán của nhóm tác giả

Hộ thu gom thường thu mua với số lượng lớn hơn và thanh toán nhanh hơn so với hộ bán buôn, nên vẫn được các hộ có sản lượng lớn ưu tiên lựa chọn làm kênh phân phối chính. Mối tương quan giữa năng suất và tỷ lệ bán cho hộ thu gom cũng cho thấy, có mối tương quan đồng biến với ý nghĩa thống kê ở mức 95%. Các hộ có năng suất cao cũng thường chọn phương thức bán cho hộ thu gom là chủ yếu, để thuận tiện cho quá trình trao đổi và thanh toán. Do sản phẩm chuối tiêu Hồng thường là sản phẩm tươi, thời gian bảo quản và lưu trữ ngắn, nên cần phải tiêu thụ hết trong một thời gian ngắn.

Kết quả kiểm định cũng chỉ ra rằng, mức độ đầu tư có tác động cùng chiều đối với việc mở rộng diện tích, tăng mật độ trồng, tăng năng suất. Các hộ có trình độ học vấn cao và lao động gia đình nhiều có mức độ đầu tư lớn hơn. Điều này thể hiện qua hệ số tương quan của các biến có dấu (+) và có ý nghĩa thống kê ở mức 95%. Mức độ đầu tư cũng có sự tương quan đồng biến đối với tỷ lệ bán qua kênh bán buôn và tương quan nghịch biến với tỷ lệ bán qua kênh bán lẻ và trực tiếp. Khi mức độ đầu tư lớn, sản lượng cao thì người nông dân phải tìm nguồn tiêu thụ với số lượng lớn và ổn định. Kênh bán cho người thu gom đáp ứng 2 tiêu chí này tốt hơn so với kênh bán lẻ và trực

BẢNG 3: ĐÁNH GIÁ TƯƠNG QUAN GIỮA CÁC NHÂN TỐ VỚI HIỆU QUẢ KINH TẾ CỦA HỘ TRONG CHUỖI GIÁ TRỊ TRỒNG CHUỖI TIÊU HỒNG TẠI HUYỆN KHOÁI CHÂU

Y	TG	BB	GBQ	BL	TT	ĐT	HV	LĐGD	KN	DT	NS	VA/IC
TG	1	-0,403**	0,033	-0,269	-0,470**	0,488**	0,380*	0,250	0,508**	0,495**	0,417**	0,285
BB	-0,403**	1	0,017	-0,765**	0,209	0,017	-0,010	0,039	-0,205	-0,047	-0,083	-0,037
GBQ	0,033	0,017	1	-0,010	-0,133	0,203	0,122	0,097	-0,151	0,118	-0,067	0,120
BL	-0,269	-0,765**	-0,010	1	0,029	-0,322*	-0,220	-0,193	-0,100	-0,255	-0,154	-0,129
TT	-0,470**	0,209	-0,133	0,029	1	-0,307*	-0,306*	-0,167	-0,374*	-0,362*	-0,375*	-0,241
ĐT	0,488**	0,017	0,203	-0,322*	-0,307*	1	0,747**	0,776**	0,728**	0,956**	0,840**	0,698**
HV	0,380*	-0,010	0,122	-0,220	-0,306*	0,747**	1	0,648**	0,692**	0,756**	0,798**	0,501**
LĐGD	0,250	0,039	0,097	-0,193	-0,167	0,776**	0,648**	1	0,552**	0,785**	0,680**	0,539**
KN	0,508**	-0,205	-0,151	-0,100	-0,374*	0,728**	0,692**	0,552**	1	0,803**	0,893**	0,487**
DT	0,495**	-0,047	0,118	-0,255	-0,362*	0,956**	0,756**	0,785**	0,803**	1	0,891**	0,704**
NS	0,417**	-0,083	-0,067	-0,154	-0,375*	0,840**	0,798**	0,680**	0,893**	0,891**	1	0,608**
VA/IC	0,285	-0,037	0,120	-0,129	-0,241	0,698**	0,501**	0,539**	0,487**	0,704**	0,608**	1

*, **, *** Hệ số tương quan có ý nghĩa ở mức độ lần lượt 90%, 95% và 99%

Nguồn: Tính toán của nhóm tác giả qua phần mềm SPSS

tiếp. Đối với các hộ bán buôn, sự gắn kết cao hơn do mặc dù không có hợp đồng chính thức, nhưng thường có cam kết bằng miệng về vấn đề tiêu thụ sản phẩm giữa hộ sản xuất và hộ bán buôn.

Kết quả kiểm định cho thấy, VA/IC có tương quan đồng biến với mức độ đầu tư, học vấn, lao động gia đình, năm công tác và năng suất. Các hộ có đầu tư cao thì sẽ tăng cường hiệu quả hoạt động sản xuất, tiết kiệm chi phí và tăng năng suất. Do đó, đầu tư có tác động tích cực tới hiệu quả kinh tế của các hộ thông qua chỉ tiêu đánh giá VA/IC. Hộ nông dân tại huyện Khoái Châu chủ yếu sản xuất dựa trên kinh nghiệm theo lối truyền thống với những quy trình tương tự nhau. Bởi vậy, những hộ có đầu tư máy móc thiết bị sản xuất nhiều hơn, thì năng suất và hiệu quả kinh tế sẽ cao hơn.

KẾT LUẬN VÀ HÀM Ý QUẢN TRỊ

Kết luận

Chuỗi giá trị sản phẩm chuỗi tiêu Hồng tại huyện Khoái Châu được hình thành sản xuất theo quy mô hộ gia đình là chủ yếu với các tác nhân chính là: (i) Người sản xuất; (ii) Người thu gom; (iii) Người bán buôn; (iv) Người bán lẻ; (v) Người tiêu dùng. Tuy nhiên, các tác nhân hoạt động rời rạc, thiếu sự hợp tác giữa các nhóm tác nhân, cũng như trong nội bộ từng nhóm. Sự gia tăng giá trị giữa các tác nhân còn thấp, đồng thời hiệu quả kinh tế của tác nhân tham gia sản xuất chưa cao, sự xuất hiện của tác nhân chế biến còn rất hạn chế. Các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động của các hộ sản xuất chuỗi tiêu Hồng, bao gồm: Năng suất; Diện tích; Trình độ học vấn; Kinh nghiệm; Đầu tư.

Một số đề xuất

Trên cơ sở kết quả nghiên cứu, nhóm tác giả đề xuất một số khuyến nghị nhằm nâng cao hiệu quả sản xuất của các hộ trồng chuỗi tiêu Hồng trên địa bàn huyện Khoái Châu, tỉnh Hưng Yên, như sau:

Thứ nhất, cần tăng tính liên kết giữa các tác nhân tham gia vào chuỗi giá trị chuỗi tiêu Hồng để phát triển chuỗi và nâng cao hiệu quả kinh tế của toàn chuỗi. Lấy tác nhân người sản xuất là trung tâm để phát triển chuỗi theo hướng bền vững.

Thứ hai, nâng cao trình độ học vấn và kinh nghiệm cho các tác nhân trong chuỗi theo hướng: Để nâng cao năng lực cho các tác nhân cần tăng cường tổ chức các lớp tập huấn chuyển giao khoa học kỹ thuật, tăng cường tuyên truyền định hướng cho nông dân sản xuất chuỗi tiêu Hồng phải đảm bảo an toàn với người sản xuất và an toàn cho người sử dụng.

Thứ ba, tăng cường áp dụng máy móc thiết bị bằng cách đầu tư vốn cho các hoạt động nâng cấp công nghệ trồng trọt nâng cao năng suất chất lượng của chuỗi tiêu Hồng. Mục tiêu áp dụng cơ giới hóa trong canh tác, bón phân, chăm sóc và bảo vệ để nâng cao năng suất trung bình cả Huyện trong những năm tới. □

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Chi cục Thống kê tỉnh Hưng Yên (2021). *Niên giám Thống kê tỉnh Hưng Yên 2020*, Nxb Thống kê
2. Nguyễn Thị Thúy Vinh và Trần Hữu Cường (2013). Một số vấn đề lý luận về phân tích chuỗi giá trị thủy sản, *Tạp chí Khoa học và Phát triển*, 11(1), 125-132
3. Đỗ Văn Xê (2010). So sánh hiệu quả kinh tế của hai mô hình canh tác nông nghiệp tại huyện Gò Quao, tỉnh Kiên Giang, *Tạp chí Khoa học - Trường Đại học Cần Thơ*, 13, 120-125