

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC CẦN THƠ**

LA NGUYỄN THÙY DUNG

**GIẢI PHÁP NÂNG CAO GIÁ TRỊ GIA TĂNG
SẢN PHẨM LÚA GẠO GÓP PHẦN NÂNG CAO
THU NHẬP CHO NÔNG HỘ NGHÈO TRỒNG LÚA
Ở TỈNH AN GIANG**

**LUẬN ÁN TIẾN SĨ
NGÀNH KINH TẾ NÔNG NGHIỆP
MÃ NGÀNH: 62 62 01 15**

Cần Thơ, 03-2017

**BỘ GIÁO DỤC VÀ ĐÀO TẠO
TRƯỜNG ĐẠI HỌC CẦN THƠ**

LA NGUYỄN THÙY DUNG

**GIẢI PHÁP NÂNG CAO GIÁ TRỊ GIA TĂNG
SẢN PHẨM LÚA GẠO GÓP PHẦN NÂNG CAO
THU NHẬP CHO NÔNG HỘ NGHÈO TRỒNG LÚA
Ở TỈNH AN GIANG**

**LUẬN ÁN TIẾN SĨ
NGÀNH KINH TẾ NÔNG NGHIỆP
MÃ NGÀNH: 62 62 01 15**

**HƯỚNG DẪN KHOA HỌC
PGS.TS. MAI VĂN NAM**

Cần Thơ, 03-2017

LỜI CẢM TẠ

Tôi xin chân thành cảm ơn quý Thầy Cô trường Đại học Cần Thơ và trường Đại học Copenhagen đã tận tình truyền đạt kiến thức và kinh nghiệm bổ ích, đặc biệt trong chuyên ngành Kinh tế Nông nghiệp để giúp tôi hoàn thành luận án này.

Xin cảm ơn gia đình, quý đồng nghiệp, bạn bè đã ủng hộ, đóng góp, chia sẻ kiến thức, thông tin, tài liệu cho tôi trong suốt quá trình học tập và thực hiện luận án. Đặc biệt, tôi xin gửi lời cảm ơn chân thành và sâu sắc nhất đến Phó Giáo sư Tiến sĩ Mai Văn Nam- người đã đưa ra những định hướng nghiên cứu và đóng góp ý kiến quan trọng nhất cho luận án. Được làm việc với Thầy là một cơ hội tốt cho tôi được học tập và rèn luyện về kiến thức chuyên môn lẫn tinh thần làm việc.

Cám ơn Giáo sư Henrik Hansen, Giáo sư Niels Fold, Phó Giáo sư Tiến sĩ Võ Thành Danh, Phó Giáo sư Tiến sĩ Lưu Thanh Đức Hải, Phó Giáo sư Tiến sĩ Trương Đông Lộc, Phó Giáo sư Tiến sĩ Phạm Lê Thông và các thành viên trong dự án Agropop đã tư vấn, hỗ trợ, tạo điều kiện để tôi thực hiện luận án một cách tốt nhất.

Cám ơn chị Lý Thị Thanh Tuyền, chị Mã Lan Xuân, anh Trần Chế Linh, anh Nguyễn Hoàng Chương đã hỗ trợ, tư vấn nhiệt tình trong quá trình tôi thu thập thông tin, dữ liệu và thực hiện luận án tại tỉnh An Giang.

Cần Thơ, ngày 06 tháng 03 năm 2017

Nghiên cứu sinh

La Nguyễn Thùy Dung

LỜI CAM ĐOAN

Tôi xin cam đoan đây là công trình nghiên cứu của bản thân. Các số liệu, kết quả trình bày trong luận án là trung thực và chưa từng được ai công bố trong bất cứ công trình luận án nào trước đây.

Tác giả luận án

La Nguyễn Thùy Dung

TÓM TẮT

Luận án “**Giải pháp nâng cao giá trị gia tăng sản phẩm lúa gạo góp phần nâng cao thu nhập cho nông hộ nghèo trồng lúa ở tỉnh An Giang**” được thực hiện với tổng số quan sát là 291 bao gồm các tác nhân tham gia chuỗi giá trị cùng các nhà hỗ trợ, dịch vụ hỗ trợ. Trên cơ sở vận dụng khung lý thuyết về cách tiếp cận chuỗi giá trị của Kaplinsky và Morris (2001) và lý thuyết “Liên kết chuỗi giá trị - ValueLinks” (2007) của Eschborn GTZ; kết hợp kế thừa các kết quả nghiên cứu của các tác giả trong và ngoài nước, luận án tập trung nghiên cứu vào đối tượng nông hộ trồng lúa, đặc biệt là các hộ nghèo (theo tiêu chuẩn hộ nghèo của Việt Nam).

Các mục tiêu nghiên cứu chính của luận án là: Phân tích thực trạng sản xuất lúa, chế biến và tiêu thụ gạo trên địa bàn tỉnh An Giang; Phân tích giá trị gia tăng và phân phối giá trị gia tăng giữa các tác nhân tham gia trong chuỗi giá trị; Phân tích mức độ đóng góp từ giá trị gia tăng được phân phối đến thu nhập của hộ nghèo trồng lúa; Đề xuất một số giải pháp nhằm góp phần nâng cao giá trị gia tăng của sản phẩm gạo, từ đó cải thiện thu nhập cho nông dân nghèo trồng lúa trên địa bàn tỉnh An Giang trong thời gian sắp tới.

Kết quả nghiên cứu của luận án cho thấy:

- Các nông hộ nghèo tại An Giang có diện tích đất trồng lúa khá nhỏ, manh mún nên đã gặp nhiều khó khăn trong quá trình sản xuất riêng lẻ cũng như khả năng tham gia mô hình sản xuất liên kết với các doanh nghiệp là rất thấp. Các nông hộ này đạt năng suất bình quân thấp hơn năng suất trung bình của tỉnh. Giống lúa thường IR50404 được đa số các nông hộ nghèo chọn trồng. Họ canh tác chủ yếu dựa vào kinh nghiệm, không áp dụng tiến bộ kỹ thuật, mua chịu vật tư nông nghiệp nên chi phí sản xuất cao hơn trong khi khả năng tiếp cận thông tin thị trường thấp hơn so với các nhóm nông hộ trồng lúa khác. Thương lái là thị trường tiêu thụ lúa tươi duy nhất của nhóm nông hộ nghèo. Và đây là nguyên nhân làm cho số lượng kênh thị trường mà nông hộ nghèo tham gia ít hơn so với nhóm nông hộ không nghèo trồng lúa.

- Có sự khác biệt hiệu quả phân phối, hiệu quả chi phí, giá bán, giá trị gia tăng và giá trị gia tăng thuần giữa hai nhóm nông hộ nghèo và không nghèo. Nghiên cứu đã cho thấy nhóm nông hộ nghèo có các chỉ tiêu này luôn thấp hơn so với nhóm nông hộ không nghèo. Khi giá bán giảm, trong điều kiện các khoản chi phí không đổi làm cho giá trị gia tăng và lợi nhuận/kg của các nhóm nông hộ bị giảm. Khi giá giảm từ 20% so với giá ban đầu, nông dân trồng lúa

nghèo sẽ bị lỗ. Ngoài ra, khi chi phí trung gian giảm mặc dù giá bán không thay đổi làm cho giá trị gia tăng và giá trị gia tăng thuần của nông dân được tăng lên, đồng thời khoảng cách chênh lệch về lợi nhuận/kg của các nhóm được thu hẹp lại.

- Phần lớn mối liên kết giữa các tác nhân tham gia chuỗi đều không mang tính chính thống và chặt chẽ với nhau. Các tác nhân cung cấp thông tin thị trường, hỗ trợ nhau trong hoạt động kinh doanh chủ yếu dựa trên mối quan hệ quen biết, vì thực tế họ phải cạnh tranh với nhau nên sự liên kết ngang gần như là không tồn tại. Trong quá trình tham gia chuỗi, các tác nhân chịu mức độ ảnh hưởng cao từ rủi ro do thị trường.

- Nhằm nâng cao giá trị gia tăng cho sản phẩm lúa gạo góp phần cải thiện thu nhập cho nông hộ nghèo trồng lúa tại An Giang, luận án đề xuất một số giải pháp đối với nông hộ nghèo như: nếu nông hộ vẫn muốn duy trì hình thức sản xuất riêng lẻ, nông hộ nghèo nên lựa chọn hoặc sản xuất 2 vụ lúa/năm hoặc luân canh cây trồng; có thể tiếp tục trồng lúa giống IR50404 nhưng về lâu dài nên chuyển sang giống lúa chất lượng cao; chủ động nâng cao chất lượng lúa giống bằng cách chọn mua lúa giống xác nhận tại những cơ sở có uy tín; nâng cao khả năng tiếp cận nguồn vốn và khả năng tiếp cận thị trường để giảm chi phí sản xuất; chú trọng xây dựng mối quan hệ hợp tác, liên kết giữa nông hộ với nông hộ, nông hộ với thương lái và nông hộ với hợp tác xã, tổ hợp tác. Tuy nhiên, để phù hợp với chính sách và xu hướng phát triển ngành hàng lúa gạo của tỉnh An Giang và Việt Nam trong thời gian sắp tới, nông hộ nghèo cần chuyển đổi từ hình thức sản xuất riêng lẻ sang hình thức sản xuất hợp tác. Chủ động tham gia tổ hợp tác, hợp tác xã sẽ giúp nông hộ nghèo có cơ hội tham gia mô hình sản xuất liên kết và nhận được nhiều lợi ích khi tham gia mô hình này. Và để sự liên kết sản xuất giữa hộ nghèo và doanh nghiệp mới mang tính ổn định, lâu dài thì rất cần thiết việc nông hộ phải có ý thức trách nhiệm và tính kỷ luật để đảm bảo thực hiện các điều khoản được ký kết trong hợp đồng.

- Bên cạnh một số giải pháp cho nông hộ nghèo, luận án đề xuất một số giải pháp đối với từng tác nhân tham gia chuỗi giá trị gạo tỉnh An Giang với mong muốn sự thay đổi ở từng tác nhân sẽ góp phần nâng cao giá trị gia tăng và lợi nhuận/kg của toàn chuỗi trong thời gian sắp tới.

ABSTRACT

The dissertation entitled **“Solutions for improving rice value added and the income for poor rice farming households in An Giang Province”** was conducted with 291 observations, including all actors in the rice value chain and other relevant institutions. Based on Kaplinsky and Morris (2001) value chain approach and Eschborn GTZ’s “Value Links” (2007) theory as well as domestic and international literature, the dissertation focuses on rice farming households, especially on poor households (in accordance with Vietnam Standard of Poor Households).

Main objectives of the dissertation are to: (1) analyze the status quo of rice production, processing and consumption in An Giang Province; (2) analyze value added and its distribution among actors in the rice value chain; (3) analyze contribution of value added into income of poor rice farming households; (4) propose some solutions to improve the value added of rice commodity, which in turn will lead to the increase in income of poor rice farming households in An Giang province.

Main results of the dissertation are described below.

- The poor households in An Giang have small and scattered areas used for rice production, thus, they faced with many difficulties during their separate production process, which in turns lead to low possibility to link their production with processing companies. The average yield of those households is less than the average yield in the province. Most poor farming households choose IR50404 rice variety for their production. Their production is mainly based on their experiences and do not apply advanced technology. Moreover, those households mainly buy inputs on credit, which will lead to higher production cost while their market access is lower compared with other farming households’. These are reasons that poor farming households join into lower number of market channels than non-poor farming households.

- There are significant differences in the efficiency of distribution, cost, price, value added and net value added between poor and non-poor group. The dissertation shows that these indicators in poor household group are always lower than in non-poor household group. When price reduces, ceteris paribus, value added and profit per kg of farming households also reduce. When price reduce by 20%, poor farming households will suffer a loss. Besides, as transaction cost reduces and price maintains constant, value added and net

value added of rice producer increase, and simultaneously, the distance of profit per kg indicator between two groups reduces.

- Most market linkages in the value chain are unofficial and loose. Actors in the value chain provide market information and other support mainly based on their private, personal relationship. Since they are considered each other as competitor, horizontal linkages almost does not exist in the value chain. Actors in the value chain have to bear strong market risks and are strongly influenced by those risks.

- In order to improve the value added of rice commodity, which in turns contribute into the increase in income of poor rice farming households in An Giang Province, some solutions for poor farming households are proposed as follows. If poor farming households would like to maintain their separate production process, they should choose either producing 2 rice crops per year or rotating crops in long run. They could still use IR50404 rice variety in short run yet should change into other high quality variety. Poor farming households should actively buy rice seeds in prestige shops as well as should improve their credit and market access in order to reduce their production costs. Besides, it is necessary to focus upon building linkages between farming households and farming households, farming households and rice collectors as well as between farming households and farming cooperatives. However, in order to be in fitted with the policy as well as with trends of rice industry in An Giang Province and Vietnam, poor farming households should transform their production from separate production into cooperative, organized production. Actively joining into cooperatives will create opportunities for poor farming households to participate in strong linkage production model and hence, they will receive a lot of benefits. Besides, in order for the linkages between poor farming household and companies to be stable and persistent, it is necessary that poor farming households shall have strong responsibility and discipline in ensuring all articles in the contract.

Beside solutions for poor farming households, the dissertation also proposes some solutions for each actor in the rice value chain in An Giang province with the expectation that changing in behavior of each actor will contribute into the increase of value added and profit per kg indicators in the rice value chain.

MỤC LỤC

LỜI CẢM TẠ	i
LỜI CAM ĐOAN	ii
TÓM TẮT	iii
ABSTRACT	v
DANH MỤC BẢNG	xi
DANH MỤC HÌNH	xv
DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT	xvi
CHƯƠNG 1:	1
GIỚI THIỆU	1
1.1 ĐẶT VẤN ĐỀ	1
1.2 MỤC TIÊU NGHIÊN CỨU	2
1.2.1 Mục tiêu chung.....	2
1.2.2 Mục tiêu cụ thể.....	2
1.3 CÂU HỎI NGHIÊN CỨU VÀ CÁC GIẢ THUYẾT NGHIÊN CỨU	3
1.3.1 Câu hỏi nghiên cứu	3
1.3.2 Các giả thuyết nghiên cứu.....	3
1.4 PHẠM VI GIỚI HẠN CỦA LUẬN ÁN	3
1.4.1 Phạm vi về đối tượng nghiên cứu.....	3
1.4.2 Phạm vi đối tượng khảo sát.....	4
1.4.3 Phạm vi không gian nghiên cứu	5
1.4.4 Phạm vi thời gian nghiên cứu	5
1.5 Ý NGHĨA KHOA HỌC VÀ THỰC TIỄN CỦA LUẬN ÁN	6
1.5.1 Ý nghĩa khoa học của luận án.....	6
1.5.2 Ý nghĩa thực tiễn của luận án.....	6
CHƯƠNG 2:	8
TỔNG QUAN TÀI LIỆU	8
2.1 CÁC NGHIÊN CỨU VỀ CHUỖI GIÁ TRỊ	8
2.1.1 Các nghiên cứu quốc tế về chuỗi giá trị gạo và nông sản	8
2.1.2 Các nghiên cứu trong nước về chuỗi giá trị gạo và nông sản.....	9
2.1.3 Các nghiên cứu về nâng cao giá trị gia tăng.....	12
2.2 CÁC NGHIÊN CỨU VỀ CHUỖI GIÁ TRỊ VÌ NGƯỜI NGHÈO	13
2.3 PHƯƠNG PHÁP TIẾP CẬN CHUỖI GIÁ TRỊ	14
2.4 PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU CHUỖI GIÁ TRỊ	15
2.5 PHƯƠNG PHÁP CHỌN MẪU	17
2.6 BỘ CÔNG CỤ PHÂN TÍCH CHUỖI GIÁ TRỊ	18
2.7 ĐÁNH GIÁ TỔNG QUAN CÁC TÀI LIỆU LƯỢC KHẢO	18
2.8 KHUNG NGHIÊN CỨU	25

CHƯƠNG 3:	28
CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU	28
3.1 CƠ SỞ LÝ LUẬN	28
3.1.1 Cơ sở lý luận về chuỗi giá trị	28
3.1.2 Cơ sở lý luận về nghèo	34
3.2 PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU	38
3.2.1 Phương pháp chọn vùng nghiên cứu.....	38
3.2.2 Cỡ mẫu và cơ cấu quan sát mẫu	39
3.2.3 Phương pháp thu thập thông tin và số liệu thứ cấp.....	41
3.2.4 Phương pháp thu thập thông tin và số liệu sơ cấp	42
3.3 PHƯƠNG PHÁP PHÂN TÍCH SỐ LIỆU	43
3.3.1 Phương pháp thống kê mô tả	43
3.3.2 Phương pháp phân tích kinh tế chuỗi.....	43
3.3.3 Mô hình hồi quy đa biến	44
3.3.4 Phân tích màng bao dữ liệu (DEA)	48
CHƯƠNG 4:	50
TỔNG QUAN VỀ ĐỊA BÀN NGHIÊN CỨU	50
4.1 GIỚI THIỆU KHÁI QUÁT TỈNH AN GIANG	50
4.1.1 Vị trí địa lý và điều kiện tự nhiên	50
4.1.2 Dân số và lao động.....	51
4.1.3 Cơ sở hạ tầng	51
4.1.4 Kinh tế.....	52
4.2 TÌNH HÌNH SẢN XUẤT, CHẾ BIẾN VÀ TIÊU THỤ LÚA GẠO TẠI ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG	53
4.2.1 Các vụ lúa chính và giống lúa.....	53
4.2.2 Diện tích sản xuất, sản lượng, năng suất lúa tại vùng ĐBSCL.....	53
4.2.3 Tình hình thất thoát lúa sau thu hoạch	57
4.3 TÌNH HÌNH SẢN XUẤT, CHẾ BIẾN VÀ TIÊU THỤ LÚA GẠO TẠI TỈNH AN GIANG	58
4.3.1 Các vụ lúa chính và giống lúa.....	58
4.3.2 Diện tích sản xuất, sản lượng, năng suất lúa tại tỉnh An Giang.....	59
4.3.3 Tình hình chế biến lúa gạo tại tỉnh An Giang	61
4.3.4 Tình hình tiêu thụ lúa gạo tại tỉnh An Giang	62
CHƯƠNG 5	65
KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN	65
5.1 PHÂN TÍCH THỰC TRẠNG SẢN XUẤT VÀ TIÊU THỤ LÚA GẠO CỦA NÔNG HỘ NGHÈO TẠI TỈNH AN GIANG	65
5.1.1 Giới thiệu đặc điểm của các nhóm nông hộ trồng lúa.....	65
5.1.2 Thực trạng sản xuất lúa của nông hộ nghèo và không nghèo.....	68

5.1.3 Thực trạng tiêu thụ lúa của nông hộ nghèo và không nghèo.....	82
5.1.4 Các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng thoát nghèo của nông hộ trồng lúa tại An Giang.....	91
5.1.5 Hướng phát triển sắp tới của nông dân trồng lúa.....	93
5.2 CHUỖI GIÁ TRỊ SẢN PHẨM GẠO TỈNH AN GIANG.....	94
5.2.1 Tổng quát chuỗi giá trị gạo tỉnh An Giang.....	94
5.2.2 Sơ đồ chuỗi giá trị gạo tỉnh An Giang.....	95
5.3 PHÂN TÍCH HOẠT ĐỘNG CỦA CÁC TÁC NHÂN THAM GIA CHUỖI GIÁ TRỊ GẠO TỈNH AN GIANG.....	100
5.3.1 Phân tích các cung cấp yếu tố đầu vào.....	100
5.3.2 Nông hộ trồng lúa.....	102
5.3.3 Thương lái.....	108
5.3.4 Nhà máy xay xát lúa gạo.....	115
5.3.5 Đại lý gạo.....	119
5.3.6 Công ty lương thực.....	123
5.3.7 Các thể chế Nhà nước và xã hội hỗ trợ trong chuỗi giá trị gạo.....	128
5.3.8 Phân tích hậu cần chuỗi giá trị lúa gạo tỉnh An Giang.....	130
5.4 PHÂN TÍCH QUAN HỆ LIÊN KẾT TRONG CHUỖI GIÁ TRỊ SẢN PHẨM GẠO TẠI TỈNH AN GIANG.....	131
5.4.1 Mối liên kết của nông hộ trồng lúa.....	131
5.4.2 Liên kết giữa các tác nhân thương mại.....	133
5.5 GIÁ TRỊ GIA TĂNG VÀ PHÂN PHỐI GIÁ TRỊ GIA TĂNG CỦA CÁC TÁC NHÂN THAM GIA CHUỖI.....	136
5.5.1 Giá trị gia tăng và giá trị gia tăng thuần trong chuỗi giá trị gạo tại tỉnh An Giang.....	136
5.5.2 Tác động của sự thay đổi giá bán và chi phí trung gian đến giá trị gia tăng và giá trị gia tăng thuần của các nhóm nông hộ trồng lúa tại tỉnh An Giang.....	146
5.5.3 Phân tích tổng hợp kinh tế chuỗi giá trị gạo tỉnh An Giang.....	156
5.5.4 Phân tích tác động của giá trị gia tăng đến thu nhập ròng từ trồng lúa của các nhóm nông hộ tại tỉnh An Giang.....	163
5.6 PHÂN TÍCH RỦI RO CỦA CÁC TÁC NHÂN THAM GIA CHUỖI GIÁ TRỊ GẠO TỈNH AN GIANG.....	169
5.7 GIẢI PHÁP NÂNG CAO GIÁ TRỊ GIA TĂNG SẢN PHẨM GẠO GÓP PHẦN NÂNG CAO THU NHẬP CHO NÔNG HỘ NGHÈO TRỒNG LÚA TẠI TỈNH AN GIANG.....	171
5.7.1 Cơ sở đề xuất giải pháp.....	171
5.7.2 Giải pháp góp phần nâng cao thu nhập của nông hộ nghèo trồng lúa.....	173
5.7.3 Giải pháp góp phần nâng cao giá trị gia tăng sản phẩm gạo tỉnh An Giang.....	177
CHƯƠNG 6.....	182

KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ.....	182
6.1 KẾT LUẬN	182
6.2 KIẾN NGHỊ.....	184
DANH MỤC CÔNG TRÌNH ĐÃ CÔNG BỐ	185
TÀI LIỆU THAM KHẢO.....	186
PHỤ LỤC 1.....	192
PHỤ LỤC 2.....	221

DANH MỤC BẢNG

TT	Tên bảng	Trang
1.1	Diện tích, sản lượng, năng suất lúa theo mùa vụ ở tỉnh An Giang trong năm 2014	05
2.1	Đánh giá các tài liệu lược khảo	19
3.1	Cơ cấu diện tích lúa và tỷ lệ hộ nghèo các địa phương tỉnh An Giang năm 2013	38
3.2	Cỡ mẫu và cơ cấu quan sát mẫu	39
3.3	Cơ cấu quan sát nông hộ trồng lúa phân theo huyện, xã	40
3.4	Diễn giải các biến độc lập trong mô hình nghiên cứu	46
4.1	Diện tích trồng lúa ở vùng ĐBSCL từ năm 2010-2014	54
4.2	Sản lượng lúa ở vùng ĐBSCL từ năm 2010-2014	55
4.3	Năng suất lúa ở vùng ĐBSCL từ năm 2010-2014	56
4.4	Tỷ lệ ứng dụng cơ giới hóa trong sản xuất lúa tại tỉnh An Giang năm 2014	57
4.5	Thất thoát sau thu hoạch ở ĐBSCL năm 2011	57
4.6	Cơ cấu giống lúa chủ lực của tỉnh An Giang năm 2013-2014	59
4.7	Diện tích, sản lượng, năng suất lúa phân theo huyện, thị xã, thành phố của tỉnh An Giang giai đoạn năm 2011-2014	60
4.8	Số lượng máy sấy của tỉnh An Giang (2011-2014)	62
4.9	Mức tiêu dùng gạo bình quân đầu người một tháng ở An Giang	62
4.10	Tình hình xuất khẩu gạo của tỉnh An Giang giai đoạn 2010-2014	63
5.1	Đặc điểm của các nhóm nông hộ trồng lúa tỉnh An Giang	65
5.2	Số mùa vụ canh tác của các nhóm nông hộ trồng lúa tại An Giang	69
5.3	Giống lúa được các nhóm nông hộ chọn sản xuất tại tỉnh An Giang	69
5.4	Nguồn gốc lúa giống của các nhóm nông hộ tại tỉnh An Giang	71
5.5	Lý do chọn giống lúa của các nhóm nông hộ tỉnh An Giang	72
5.6	Kỹ thuật trồng lúa của nông hộ nghèo tỉnh An Giang	73
5.7	Hiện trạng vay vốn của các nhóm nông hộ trồng lúa tỉnh An Giang	73
5.8	Nhu cầu vay vốn của các nhóm nông hộ trồng lúa tỉnh An Giang	74
5.9	Diện tích đất trồng lúa của nông hộ nghèo tỉnh An Giang	74
5.10	Diện tích đất trồng lúa của các nhóm nông hộ tỉnh An Giang	75
5.11	Hiệu quả kỹ thuật, hiệu quả phân phối, hiệu quả chi phí không đổi theo quy mô (CRS) của các nhóm nông hộ trồng lúa tại tỉnh An Giang	76

5.12	Hiệu quả kỹ thuật, hiệu quả phân phối, hiệu quả chi phí thay đổi theo quy mô (VRS) của các nhóm nông hộ trồng lúa tỉnh An Giang	78
5.13	Hiệu quả theo quy mô của các nhóm hộ trồng lúa tỉnh An Giang	78
5.14	Nguồn lực sản xuất ảnh hưởng đến hiệu quả kỹ thuật (TE) của các nhóm nông hộ trồng lúa tại An Giang	80
5.15	Nguồn lực sản xuất ảnh hưởng đến hiệu quả phân phối (AE) của các nhóm nông hộ trồng lúa tại An Giang	81
5.16	Các yếu tố ảnh hưởng đến quá trình sản xuất của nông hộ nghèo trồng lúa tỉnh An Giang	82
5.17	Mức độ tiếp cận thông tin về giá cả và thị trường giữa các nhóm nông hộ trồng lúa tỉnh An Giang	83
5.18	Nguồn tiếp cận thông tin giá cả và thị trường của các nhóm nông hộ trồng lúa tại An Giang	84
5.19	Đối tượng thu mua lúa của các nhóm nông hộ tỉnh An Giang	85
5.20	Các yếu tố ảnh hưởng đến giá bán lúa hàng hóa của các nhóm nông hộ tỉnh An Giang	87
5.21	Các yếu tố ảnh hưởng đến quá trình tiêu thụ lúa của nông hộ nghèo trồng lúa ở An Giang	88
5.22	Hình thức liên lạc khi mua bán lúa của các nhóm nông hộ tại An Giang	89
5.23	Hình thức thanh toán sau khi mua bán lúa của các nhóm nông hộ	90
5.24	Các yếu tố chủ quan và khách quan ảnh hưởng đến khả năng thoát nghèo của nông hộ nghèo trồng lúa ở An Giang	92
5.25	Định hướng phát triển của các nhóm nông hộ trồng lúa tỉnh An Giang	93
5.26	Sản phẩm chính của các nhân tham gia chuỗi giá trị gạo tỉnh An Giang	95
5.27	Cơ cấu chi phí sản xuất lúa và hiệu quả tài chính của các nhóm nông hộ trồng lúa tỉnh An Giang	104
5.28	Doanh thu, lợi nhuận của các nhóm nông hộ theo từng đối tượng thu mua lúa tại An Giang	106
5.29	Những thuận lợi và khó khăn của nông hộ trồng lúa tỉnh An Giang	108
5.30	Đặc điểm của thương lái thu mua lúa tại tỉnh An Giang	110
5.31	Các yếu tố tác động đến sự hình thành giá mua và giá bán của thương lái lúa tại tỉnh An Giang	111
5.32	Cơ cấu chi phí thu mua lúa trung bình của thương lái tại tỉnh An Giang	112
5.33	Doanh thu, chi phí và lợi nhuận của thương lái theo từng đối tượng thu mua lúa tại tỉnh An Giang	113
5.34	Những thuận lợi và khó khăn của thương lái tại tỉnh An Giang	114

5.35	Cơ cấu chi phí trung bình/1kg gạo trắng của nhà máy xay xát tại tỉnh An Giang	116
5.36	Kết quả kinh doanh trung bình/tháng của nhà máy xay xát	117
5.37	Doanh thu, chi phí, lợi nhuận của nhà máy xay xát khi bán gạo trắng theo từng đối tượng khách hàng	117
5.38	Rào cản khi tham gia vào hoạt động mua bán lúa gạo của nhà máy xay xát	118
5.39	Đặc điểm của đại lý gạo tại An Giang	120
5.40	Các yếu tố tác động đến sự hình thành giá mua và giá bán gạo của đại lý tại tỉnh An Giang	121
5.41	Chi phí, doanh thu và lợi nhuận trung bình của đại lý gạo	122
5.42	Rào cản khi tham gia vào hoạt động mua bán gạo của đại lý	123
5.43	Giá thu mua gạo đầu vào của các Công ty lương thực	126
5.44	Chi phí và lợi nhuận tính trên 1kg gạo của công ty lương thực	126
5.45	Kết quả kinh doanh của công ty lương thực	127
5.46	Những thuận lợi và khó khăn của công ty lương thực trong quá trình kinh doanh	128
5.47	Giá trị gia tăng và giá trị gia tăng thuần của các tác nhân trong chuỗi giá trị gạo với sự tham gia của nông hộ nghèo	137
5.48	Giá trị gia tăng và giá trị gia tăng thuần của các tác nhân trong chuỗi giá trị gạo với sự tham gia của nông hộ không nghèo	140
5.49	Giá trị gia tăng và giá trị gia tăng thuần của các tác nhân trong chuỗi giá trị gạo với sự tham gia của các nhóm nông hộ	144
5.50	Phân phối giá trị gia tăng thuần của các nhóm nông hộ trong chuỗi giá trị lúa gạo tỉnh An Giang	147
5.51	Kiểm định giá trị gia tăng và giá trị gia tăng thuần của các nhóm nông hộ trồng lúa tại An Giang	148
5.52	Tác động của sự giảm giá bán đến giá trị gia tăng và giá trị gia tăng thuần của các nhóm nông hộ trồng lúa	149
5.53	Tác động của sự tăng giá bán đến giá trị gia tăng và giá trị gia tăng thuần của các nhóm nông hộ trồng lúa	151
5.54	Tác động của sự giảm chi phí trung gian đến giá trị gia tăng và giá trị gia tăng thuần của các nhóm nông hộ	153
5.55	Tác động của sự tăng chi phí trung gian đến giá trị gia tăng và giá trị gia tăng thuần của các nhóm nông hộ trồng lúa tỉnh An Giang	155
5.56	Phân tích tổng hợp kinh tế chuỗi giá trị gạo tỉnh An Giang với sự tham gia của nông hộ nghèo	157
5.57	Phân tích tổng hợp kinh tế chuỗi giá trị gạo tỉnh An Giang với sự tham gia của nông hộ không nghèo	159
5.58	Phân tích tổng hợp kinh tế chuỗi giá trị gạo tỉnh An Giang năm 2014 với sự tham gia của các nhóm nông hộ trồng lúa	161
5.59	Cơ cấu tổng thu nhập của các nhóm nông hộ trồng lúa tỉnh An Giang	164

5.60	Các yếu tố ảnh hưởng đến thu nhập từ lúa của các nhóm nông hộ trồng lúa tỉnh An Giang	165
5.61	Ảnh hưởng của các loại rủi ro đến các tác nhân tham gia chuỗi giá trị gạo tỉnh An Giang	169

DANH MỤC HÌNH

TT	Tên hình	Trang
2.1	Khung nghiên cứu	25
2.2	Tiến trình nghiên cứu	26
3.1	Hiệu quả phân phối và hiệu quả kỹ thuật	48
3.2	Tính toán kinh tế quy mô	49
4.1	Bản đồ hành chính tỉnh An Giang	50
4.2	Sản lượng gạo xuất khẩu của tỉnh An Giang	64
5.1	Diện tích đất trồng lúa của nông hộ nghèo theo địa phương	67
5.2	Năng suất lúa của nông hộ nghèo theo địa phương	68
5.3	Tỷ trọng các giống lúa được chọn sản xuất tại An Giang	70
5.4	Sơ đồ chuỗi giá trị gạo tỉnh An Giang có sự tham gia của nông hộ nghèo	96
5.5	Sơ đồ chuỗi giá trị gạo tỉnh An Giang có sự tham gia của nông hộ không nghèo	97
5.6	Sơ đồ chuỗi giá trị gạo tỉnh An Giang	99
5.7	Sơ đồ chuỗi giá trị gạo của nông hộ nghèo	102
5.8	Sơ đồ chuỗi giá trị gạo của nông hộ không nghèo	103
5.9	Sơ đồ chuỗi giá trị gạo của thương lái	109
5.10	Chuỗi giá trị gạo của nhà máy xay xát	115
5.11	Sơ đồ chuỗi giá trị gạo của đại lý	120
5.12	Sơ đồ chuỗi giá trị của công ty lương thực	125
5.13	Phân phối giá trị gia tăng thuần giữa các tác nhân theo kênh thị trường với sự tham gia của nông hộ nghèo	139
5.14	Giá trị gia tăng thuần theo kênh thị trường với sự tham gia của nông hộ không nghèo	143
5.15	Tỷ trọng nông hộ có thu nhập từ trồng lúa và ngoài trồng lúa của nhóm nông hộ nghèo tỉnh An Giang	163

DANH MỤC TỪ VIẾT TẮT

Tiếng Việt	
BVTV	Bảo vệ thực vật
CLB	Câu lạc bộ
CP	Chi phí
CPSX	Chi phí sản xuất
CPTG	Chi phí trung gian
CTTT	Chi phí tăng thêm
CTLT	Công ty lương thực
ĐBSCL	Đồng bằng sông Cửu Long
DNLK	Doanh nghiệp liên kết
GB	Giá bán
GTGT	Giá trị gia tăng
GTGTT	Giá trị gia tăng thuần
HTX	Hợp tác xã
SX	Sản xuất
NMXX	Nhà máy xay xát
NN&PTNT	Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn
TBKT	Tiến bộ kỹ thuật
TCTT	Tiếp cận thị trường
UD CNC	Ứng dụng công nghệ cao
VTNN	Vật tư nông nghiệp
Tiếng Anh	
AE	Allocative Efficiency (Hiệu quả phân phối)
CE	Cost Efficiency (Hiệu quả chi phí)
CRS	Constant Returns to Scale (Hiệu quả không đổi theo quy mô)
DEA	Data Envelopment Analysis (Phương pháp phân tích màng bao dữ liệu)
EE	Economic Efficiency (Hiệu quả kinh tế)
FAO	Food and Agriculture Organization of the United Nations (Tổ chức Nông nghiệp và Lương thực Liên Hiệp quốc)
GTZ	Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit
IPM	Integrated Pests Management (Quản lý dịch hại tổng hợp)
IRS	Increasing Returns to Scale (Hiệu quả tăng dần theo quy mô)
SE	Scale Efficiency (Hiệu quả quy mô)
SWOT	Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats (Điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội, thách thức)
M4P	Market for the Poor (Thị trường cho người nghèo)
TE	Technical Efficiency (Hiệu quả kỹ thuật)
USDA	United States Department of Agriculture (Bộ Nông nghiệp Hoa Kỳ)
VRS	Variable Returns to Scale (Hiệu quả thay đổi theo quy mô)
VHLSS	Vietnam Household Living Standard Survey (Điều tra mức sống hộ gia đình Việt Nam)

CHƯƠNG 1

GIỚI THIỆU

Ở chương 1, các nội dung chính được trình bày bao gồm: (i) Đặt vấn đề; (ii) Mục tiêu nghiên cứu, câu hỏi nghiên cứu, các giả thuyết nghiên cứu; (iii) Phạm vi giới hạn của nghiên cứu về đối tượng nghiên cứu, đối tượng khảo sát, không gian, thời gian; (iv) Ý nghĩa khoa học và thực tiễn của luận án.

1.1 ĐẶT VẤN ĐỀ

Đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL) có diện tích gieo trồng lúa chiếm 56% sản lượng lúa của cả nước. Hàng năm, ngành hàng lúa gạo ĐBSCL xuất khẩu từ 6-7 triệu tấn, chiếm đến 95% tổng sản lượng gạo xuất khẩu của cả nước (Cục Trồng trọt, Bộ Nông Nghiệp và Phát triển Nông thôn, 2014). Nhờ vào lợi thế của điều kiện tự nhiên thích hợp nên cây lúa vùng ĐBSCL ngày càng phát triển về năng suất và sản lượng, góp phần quan trọng trong việc đảm bảo an ninh lương thực quốc gia và đảm bảo sản lượng gạo xuất khẩu ra thị trường thế giới.

An Giang, tỉnh đầu nguồn nằm trong vùng Tứ giác Long Xuyên, có thế mạnh về sản xuất lúa. Theo số liệu của Tổng cục Thống kê, giai đoạn 2011-2014, An Giang là tỉnh có sản lượng lúa đứng thứ nhì trong vùng (sau Kiên Giang) và đứng thứ nhất về năng suất. Năm 2014, An Giang có diện tích trồng lúa là 626 ngàn ha, sản lượng lúa đạt 4,048 triệu tấn với năng suất trung bình 6,47 tấn/ha. Ngoài ra, từ năm 2011 đến nay, An Giang là một trong những tỉnh tiên phong trong hoạt động sản xuất lúa theo mô hình liên kết “Cánh đồng lớn” với quy mô tăng dần theo từng năm. Trong năm 2014, An Giang đã xuất khẩu được 540 ngàn tấn gạo, tương đương 240 triệu USD. Có thể nói, những kết quả đạt được về mặt kinh tế như trên của ngành hàng lúa gạo đã góp phần giảm tỷ lệ hộ nghèo trên địa bàn tỉnh từ 7,1% vào năm 2012 xuống 3,6% trong năm 2014. Vì thế, phát triển kinh tế bền vững song hành với nâng cao thu nhập, xóa đói giảm nghèo cho người dân, nhất là nông dân nghèo là những chính sách đã và đang được chính quyền các cấp quan tâm và tập trung mọi nguồn lực thực hiện.

Nhiều kết quả nghiên cứu cho thấy chuỗi giá trị gạo ĐBSCL trong thời gian qua tồn tại một số điểm yếu như: hoạt động chuỗi còn qua rất nhiều khâu trung gian, quản lý chuỗi cung ứng kém hiệu quả, giá trị gia tăng của toàn ngành hàng thấp, đời sống nông hộ trồng lúa chưa được cải thiện (Võ Thị Thanh Lộc và Nguyễn Phú Sơn, 2011). Bên cạnh đó, do sản xuất nhỏ, manh

mún, không có kế hoạch chung, bán qua nhiều tác nhân trung gian trong chuỗi ngành hàng nên nông dân chịu rủi ro và tổn thương lớn trong chuỗi ngành hàng lúa gạo (Võ Thị Thanh Lộc và Lê Nguyễn Đoàn Khôi, 2011). Từ đó, nông dân mất dần động lực sản xuất do thu nhập thấp, gần với ngưỡng nghèo (Đào Thế Anh và Thái Văn Tình, 2015). Ngoài ra, sản lượng lúa không ngừng tăng lên qua các năm còn là nguy cơ khiến đất trồng bị thoái hóa, ô nhiễm môi trường tăng cao (Nguyễn Đức Thành và cộng sự, 2015) cũng như năng suất tăng nhưng lợi nhuận của người nông dân càng giảm vì giá bán không ổn định và chi phí sản xuất cao (Lê Cảnh Dũng và Võ Văn Tuấn, 2014). Tương tự chuỗi giá trị gạo tại tỉnh An Giang, một địa phương có hơn 70% dân số tham gia trồng lúa, có gặp phải những khó khăn chung nêu trên hay không? Chuỗi giá trị gạo của tỉnh đã tạo được giá trị gia tăng là bao nhiêu? Có sự khác biệt hay không về giá trị gia tăng được tạo ra giữa các nhóm nông hộ trồng lúa? Làm sao nâng cao giá trị gia tăng của toàn chuỗi từ đó góp phần cải thiện thu nhập cho nông hộ trồng lúa, đặc biệt là nông hộ nghèo ở tỉnh An Giang để phù hợp với chính sách tái cơ cấu ngành nông nghiệp theo hướng nâng cao giá trị gia tăng và phát triển ổn định bền vững hiện nay? Đó chính là những vấn đề cần được nghiên cứu trong đề tài “**Giải pháp nâng cao giá trị gia tăng sản phẩm lúa gạo góp phần nâng cao thu nhập cho nông hộ nghèo trồng lúa ở tỉnh An Giang**”.

1.2 MỤC TIÊU NGHIÊN CỨU

1.2.1 Mục tiêu chung

Mục tiêu nghiên cứu chung của luận án nhằm phân tích giá trị gia tăng và sự ảnh hưởng của giá trị gia tăng đến thu nhập của nông hộ nghèo trồng lúa, từ đó đề xuất những giải pháp nâng cao giá trị gia tăng của chuỗi và cải thiện thu nhập cho nông hộ nghèo khi tham gia sản xuất lúa trên địa bàn tỉnh An Giang.

1.2.2 Mục tiêu cụ thể

Mục tiêu nghiên cứu cụ thể của luận án cần được giải quyết như sau:

Mục tiêu 1: Phân tích thực trạng sản xuất lúa, chế biến và tiêu thụ gạo trên địa bàn tỉnh An Giang;

Mục tiêu 2: Phân tích giá trị gia tăng và phân phối giá trị gia tăng giữa các tác nhân tham gia trong chuỗi giá trị gạo;

Mục tiêu 3: Phân tích mức độ đóng góp từ giá trị gia tăng được phân phối đến thu nhập của nông hộ nghèo trồng lúa;

Mục tiêu 4: Đề xuất một số giải pháp nhằm góp phần nâng cao giá trị gia tăng của sản phẩm gạo, từ đó nâng cao thu nhập cho nông dân nghèo trồng lúa trên địa bàn tỉnh An Giang trong thời gian sắp tới.

1.3 CÂU HỎI NGHIÊN CỨU VÀ CÁC GIẢ THUYẾT NGHIÊN CỨU

1.3.1 Câu hỏi nghiên cứu

Câu hỏi 1: Tình hình sản xuất lúa tại An Giang trong giai đoạn 2011-2014 như thế nào? Thực trạng hoạt động chế biến và tiêu thụ gạo của tỉnh An Giang ra sao?

Câu hỏi 2: Trong thời gian qua, chuỗi giá trị gạo ở An Giang đã hoạt động như thế nào? Giá trị gia tăng của toàn chuỗi và của mỗi thành viên tham gia trong chuỗi giá trị được tạo ra là bao nhiêu?

Câu hỏi 3: Thu nhập từ trồng lúa của nông hộ chịu sự ảnh hưởng của các yếu tố nào? Giá trị gia tăng được phân phối có ảnh hưởng đến thu nhập của các nhóm nông hộ trồng lúa ở tỉnh An Giang không?

Câu hỏi 4: Cần đề xuất những giải pháp và khuyến nghị gì để góp phần nâng cao giá trị gia tăng sản phẩm gạo và cải thiện thu nhập cho nông hộ nghèo trồng lúa trên địa bàn tỉnh An Giang?

1.3.2 Các giả thuyết nghiên cứu

Luận án sẽ kiểm định các giả thuyết sau:

Giả thuyết 1: Phân phối giá trị gia tăng có sự khác nhau lớn giữa các tác nhân tham gia trong chuỗi giá trị gạo từ khâu sản xuất đến khâu tiêu thụ.

Giả thuyết 2: Giá trị gia tăng của sản phẩm gạo có ảnh hưởng đến thu nhập của nông hộ nghèo trồng lúa.

1.4 PHẠM VI GIỚI HẠN CỦA LUẬN ÁN

1.4.1 Phạm vi về đối tượng nghiên cứu

Đối tượng nghiên cứu chủ yếu của luận án là chuỗi giá trị gạo tỉnh An Giang, giá trị gia tăng được mỗi tác nhân tham gia chuỗi giá trị gạo tạo ra và giá trị gia tăng thuần được phân phối cho mỗi tác nhân, đặc biệt đối với các nông hộ nghèo trồng lúa tại địa bàn nghiên cứu. Do đó, các giải pháp nâng cao giá trị gia tăng sản phẩm gạo góp phần nâng cao thu nhập cho nông hộ nghèo trồng lúa cũng là một trong những đối tượng nghiên cứu chủ yếu của luận án.

Nông dân trồng lúa vùng ĐBSCL đã thâm canh rất cao, 3 vụ lúa/ năm (Cục Trồng trọt, Bộ NN&PTNT, 2014). Luận án chỉ nghiên cứu chuỗi giá trị gạo tỉnh An Giang tại thời điểm vụ Đông Xuân, do: *Thứ nhất*, đây là vụ chính

nên tất cả nông dân đều sản xuất, trong khi hai vụ lúa còn lại (Hè Thu và Thu Đông) không phải nông hộ nào cũng canh tác (Mai Văn Nam, 2014). *Thứ hai*, vụ Đông Xuân cung cấp khoảng 50% tổng sản lượng lúa trong năm của ĐBSCL (Nguyễn Đức Thành và cộng sự, 2015). *Thứ ba*, điều kiện tự nhiên khi sản xuất vụ lúa Đông Xuân từ tháng 10 đến tháng 1 âm lịch thuận lợi nhất trong năm (Vũ Anh Pháp và cộng sự, 2015) nên vừa đạt năng suất cao hơn vừa hạn chế những khoản chi phí sản xuất phát sinh cao do bị ảnh hưởng thời tiết so với các vụ lúa còn lại.

Sản xuất lúa là một hoạt động chịu ảnh hưởng rất nhiều của các yếu tố tự nhiên (thời tiết, dịch bệnh, thổ nhưỡng, lũ lụt). Đây là những yếu tố khách quan nằm ngoài khả năng kiểm soát của nông hộ và là những yếu tố ảnh hưởng không nhỏ đến thu nhập của người trồng lúa nên trong quá trình phân tích chuỗi giá trị, giá trị gia tăng của sản phẩm gạo, thu nhập của nông hộ, luận án không đề cập đến các yếu tố này. Ngoài ra, một hạn chế nữa của luận án là không nghiên cứu sản phẩm phụ trong chuỗi giá trị gạo.

Đối với bộ công cụ phân tích chuỗi giá trị, luận án chỉ tập trung vào các công cụ 2 (vẽ sơ đồ chuỗi giá trị), công cụ 3 (phân tích kinh tế chuỗi giá trị) và công cụ 5 (phân tích rủi ro). Đây là những công cụ quan trọng làm cơ sở cho việc tính toán giá trị gia tăng và giá trị gia tăng thuần của các tác nhân tham gia chuỗi giá trị gạo tỉnh An Giang. Ngoài ra, luận án cũng chỉ dừng lại ở việc phân tích chuỗi giá trị gạo đến tác nhân là công ty xuất khẩu Việt Nam mà không tiếp tục phân tích chuỗi giá trị ở thị trường quốc tế.

1.4.2 Phạm vi đối tượng khảo sát

Đối tượng khảo sát chủ yếu của luận án là các nông hộ trồng lúa (bao gồm nông hộ nghèo, nông hộ không nghèo), thương lái, đại lý gạo, các nhà máy xay xát, công ty lương thực và xuất khẩu: Vì đây là các tác nhân chính tạo ra giá trị gia tăng cho chuỗi giá trị gạo tỉnh An Giang và vùng ĐBSCL. Các tác nhân này có mối liên kết, tác động lẫn nhau trong quá trình hoạt động. Ngoài ra, luận án còn nghiên cứu các dịch vụ hỗ trợ như các nhà sản xuất giống; các đại lý vật tư nông nghiệp.

Luận án không khảo sát người tiêu dùng cuối cùng tại thị trường nội địa, không nghiên cứu thị trường nước ngoài. Do giới hạn về thời gian, kinh phí, nguồn lực nên luận án chỉ thực hiện nghiên cứu mẫu thay vì nghiên cứu tổng thể.

1.4.3 Phạm vi không gian nghiên cứu

Theo số liệu thống kê về diện tích sản xuất lúa, sản lượng, năng suất đạt được ở tỉnh An Giang của Cục Thống kê An Giang (2014); tỷ lệ hộ nghèo theo từng đơn vị hành chính của Sở Lao động-Thương binh và Xã hội tỉnh An Giang (2014); ý kiến tư vấn của lãnh đạo ngành nông nghiệp An Giang và của Ban cố vấn dự án Agropop; đồng thời qua khảo sát thực tế của tác giả (đợt 1: tháng 8 năm 2012, đợt 2: tháng 4 năm 2013; đợt 3: tháng 6 năm 2013), nghiên cứu được thực hiện chủ yếu tại các huyện của tỉnh An Giang, cụ thể là 5 huyện: Châu Thành, Châu Phú, Chợ Mới, Tri Tôn và Tịnh Biên.

Các tác nhân khác tham gia chuỗi giá trị gạo được lựa chọn phỏng vấn bằng phương pháp theo liên kết chuỗi của GTZ (2007). Do nông dân được phỏng vấn tại các huyện Châu Thành, Châu Phú, Chợ Mới, Tri Tôn và Tịnh Biên nên thương lái thu mua lúa (không phân biệt đến từ địa phương nào) có thực hiện hoạt động mua lúa từ các nông hộ được lựa chọn phỏng vấn ở tại các địa bàn nghiên cứu trên. Nhà máy xay xát-chế biến, công ty lương thực-xuất khẩu đảm bảo tiêu chí là thị trường đầu ra của thương lái nên trụ sở kinh doanh đặt ở nhiều nơi khác nhau.

1.4.4 Phạm vi thời gian nghiên cứu

Ở ĐBSCL, nông dân trồng 3 vụ lúa trong một năm. Vụ Đông Xuân có sản lượng cao nhất và lúa cũng đạt chất lượng tốt nhất cho xuất khẩu (Wikipedia, 2015). Ngoài ra, theo Tổng cục Thống kê, từ năm 2010 đến 2013, tại An Giang, năng suất lúa Đông Xuân đạt trung bình trên 7,3 tấn/ha, trong khi năng suất lúa Hè Thu đạt trung bình từ 5,5 đến 5,6 tấn/ha. Vì thế, các số liệu nghiên cứu về chuỗi giá trị gạo ở An Giang là số liệu của mùa vụ Đông Xuân năm 2014. Đây là vụ sản xuất chính của nông dân và là vụ gần nhất tại thời điểm nghiên cứu của luận án.

Bảng 1.1: Diện tích, sản lượng, năng suất lúa theo mùa vụ ở tỉnh An Giang trong năm 2014

Mùa vụ	Diện tích (ha)	Sản lượng (tấn)	Năng suất (tấn/ha)
Vụ Đông Xuân	237.502	1.837.318	7,74
Vụ Hè Thu	226.038	1.265.136	5,60
Vụ Thu Đông	157.231	921.689	5,86
Vụ mùa	5.146	24.289	4,72
Cả năm	625.918	4.048.432	6,47

Nguồn: Sở Nông nghiệp & PTNT An Giang, năm 2015

Đối với các tác nhân khác (ngoài nông dân) tham gia chuỗi giá trị gạo được mời phỏng vấn theo phương pháp liên kết chuỗi với cùng thời điểm hoạt động trong mùa vụ Đông Xuân năm 2014.

1.5 Ý NGHĨA KHOA HỌC VÀ THỰC TIỄN CỦA LUẬN ÁN

1.5.1 Ý nghĩa khoa học của luận án

Trong thời gian qua, có rất nhiều nhà nghiên cứu, nhà khoa học trong và ngoài nước đã đưa ra những khái niệm, cách tiếp cận, phương pháp phân tích, nội dung phân tích, giải pháp, chiến lược về chuỗi giá trị gạo cũng như các ngành hàng nông sản khác. Đây là nguồn tư liệu có giá trị mà tác giả tham khảo, kế thừa, vận dụng trong quá trình thực hiện luận án. Trên cơ sở đó, luận án khái quát chuỗi giá trị gạo tại tỉnh An Giang trong điều kiện và bối cảnh nghiên cứu.

Do luận án tập trung về nông hộ nghèo sản xuất lúa trên địa bàn tỉnh An Giang nên tác giả đã vận dụng lý thuyết về chuỗi giá trị của Kaplinsky và Morris (2001), phương pháp tiếp cận chuỗi giá trị của Eschborn GTZ (2007), “Để chuỗi giá trị hiệu quả hơn cho người nghèo: sổ tay thực hành phân tích chuỗi giá trị” M4P (2007) của dự án Nâng cao hiệu quả thị trường cho người nghèo, Ngân hàng Phát triển Châu Á. Đây là cách tiếp cận rất phù hợp khi nghiên cứu các sản phẩm nông nghiệp, nhất là các sản phẩm này có liên quan đến người nghèo.

Tác giả sử dụng công thức tính toán các chỉ tiêu kinh tế về doanh thu, tổng chi phí, chi phí trung gian, chi phí tăng thêm, lợi nhuận, giá trị gia tăng, giá trị gia tăng thuần. Vì thế, luận án đã tính toán được sự phân phối giá trị gia tăng, giá trị gia tăng thuần giữa các tác nhân trong chuỗi giá trị gạo, đặc biệt là nhóm nông hộ nghèo trồng lúa.

Để so sánh giá trị gia tăng và giá trị gia tăng thuần giữa các nhóm nông hộ trồng lúa (nghèo và không nghèo), các công cụ kiểm định thống kê (T-Test, Anova) được sử dụng trong luận án.

Những thuận lợi, khó khăn trong quá trình tham gia chuỗi giá trị gạo của mỗi tác nhân được tìm hiểu, phân tích, đánh giá trong bối cảnh nghiên cứu. Đây là cơ sở khoa học cho việc đề xuất giải pháp nâng cao giá trị gia tăng sản phẩm gạo, đảm bảo tính công bằng cho các tác nhân tham gia chuỗi và góp phần cải thiện thu nhập cho nhóm nông hộ nghèo trồng lúa trên địa bàn tỉnh An Giang nói riêng, vùng ĐBSCL nói chung.

1.5.2 Ý nghĩa thực tiễn của luận án

Đồng bằng sông Cửu Long là vùng sản xuất lúa quan trọng nhất của Việt Nam nên được mệnh danh là “vựa lúa” của cả nước. Trong vùng, An Giang là tỉnh có diện tích sản xuất lúa đứng thứ hai và đạt năng suất cao nhất trong giai đoạn 2010-2014. Tỷ lệ hộ nghèo chung toàn tỉnh trong năm 2012 là 7,1%,

trong năm 2013 là 4,96%, và trong năm 2014 là 3,56%, trong đó có những huyện có diện tích sản xuất lúa cao đồng thời cũng là những địa phương có tỷ lệ hộ nghèo cao nhất, nhì trong tỉnh (như các huyện Tri Tôn, Tịnh Biên). Nhìn chung, cuộc sống và thu nhập từ nghề trồng lúa của nông dân vẫn chưa được cải thiện dù sản lượng và năng suất tăng dần qua các năm. Đặc biệt nông dân nghèo với quy mô nhỏ lẻ đã, đang và tiếp tục gặp khó với những diễn biến mới của biến đổi khí hậu và cạnh tranh ngày càng gay gắt trong nền kinh tế thị trường hướng đến hội nhập và toàn cầu hóa. Do đó, nghiên cứu chuỗi giá trị gạo, đặc biệt là chuỗi giá trị có sự tham gia của nông hộ nghèo để làm cơ sở đề xuất giải pháp nâng cao giá trị gia tăng sản phẩm gạo sẽ góp phần cải thiện thu nhập cho nông hộ nghèo trồng lúa, đồng thời giúp họ tiếp tục ngành nghề truyền thống của gia đình và địa phương.

Trong thời gian qua, An Giang là một trong những tỉnh tiên phong thực hiện mô hình “Cánh đồng lớn” với diện tích tăng dần (năm 2011 là 6.650 ha và năm 2014 là 34.200 ha). Hiệu quả kinh tế của nông hộ không nghèo khi tham gia mô hình này sẽ được phân tích, so sánh với hiệu quả kinh tế của nhóm nông hộ chưa tham gia mô hình và là một trong cơ sở khoa học cho giải pháp cải thiện thu nhập cho nông hộ, đặc biệt là các nông hộ nghèo trồng lúa ở tỉnh An Giang nói riêng và vùng ĐBSCL nói chung.

Kết quả phân tích chuỗi giá trị gạo trên địa bàn tỉnh An Giang sẽ nêu lên được những tồn tại ảnh hưởng đến mỗi tác nhân tham gia chuỗi trong thời gian qua. Và những giải pháp cần thiết được đề xuất nâng cao giá trị gia tăng sản phẩm gạo sẽ là tài liệu quan trọng để các ban ngành tỉnh An Giang tham khảo khi xây dựng những kế hoạch, chiến lược phát triển liên quan đến ngành hàng lúa gạo của tỉnh.

Luận án có cấu trúc như sau:

Chương 1: Giới thiệu

Chương 2: Tổng quan tài liệu

Chương 3: Cơ sở lý luận và phương pháp nghiên cứu

Chương 4: Tổng quan về địa bàn nghiên cứu

Chương 5: Kết quả nghiên cứu và thảo luận

Chương 6: Kết luận và kiến nghị

CHƯƠNG 2

TỔNG QUAN TÀI LIỆU

Trong chương 2, các nội dung chính được trình bày bao gồm: (i) Các nghiên cứu về chuỗi giá trị; (ii) Các nghiên cứu về chuỗi giá trị vì người nghèo; (iii) Phương pháp tiếp cận chuỗi giá trị; (iv) Phương pháp nghiên cứu chuỗi giá trị; (v) Phương pháp chọn mẫu; (vi) Bộ công cụ phân tích chuỗi giá trị; (vii) Đánh giá tổng quan các tài liệu lược khảo; (viii) Khung nghiên cứu đề xuất.

2.1 CÁC NGHIÊN CỨU VỀ CHUỖI GIÁ TRỊ

Các vấn đề liên quan đến chuỗi giá trị nông sản được rất nhiều nhà nghiên cứu thực hiện. Để đưa ra cái nhìn tổng quan về phân tích chuỗi giá trị nông sản, trong phần này luận án trình bày một số nội dung lược khảo về phân tích chuỗi giá trị nông sản.

2.1.1 Các nghiên cứu quốc tế về chuỗi giá trị gạo và nông sản

Các nghiên cứu về chuỗi giá trị được rất nhiều nhà nghiên cứu trên thế giới quan tâm thực hiện, tập trung chủ yếu ở các sản phẩm nông sản. Các công trình nghiên cứu về chuỗi giá trị gạo cũng rất đa dạng. Trong phần này, tác giả trình bày một số lược khảo tài liệu điển hình về chuỗi giá trị gạo trên thế giới.

Một nghiên cứu về chuỗi giá trị gạo ở Haiti được hai tác giả David C. Wilcock và Franco Jean-Pierre (2011) thực hiện. Theo tác giả, gạo là một trong những loại thực phẩm được tiêu dùng cao nhất ở Haiti. Tuy nhiên, thực trạng sản xuất lúa gạo ở Haiti chủ yếu là nhỏ lẻ và manh mún. Bên cạnh đó, nông dân thiếu vốn trầm trọng và khả năng tiếp cận tín dụng rất thấp, họ thường trồng các giống lúa nội địa có năng suất thấp. Một số giải pháp được đề xuất để cải thiện chuỗi giá trị gạo ở Haiti là chọn giống lúa có năng suất và khả năng kháng bệnh, hỗ trợ kỹ thuật cho nông dân và khuyến khích họ ứng dụng tiến bộ kỹ thuật vào sản xuất, chú ý khâu chế biến và bảo quản sau thu hoạch. Bên cạnh đó, Gabriel ELEPU (2014) cũng thực hiện nghiên cứu chuỗi giá trị gạo ở Bắc Uganda. Gạo là một trong những cây trồng quan trọng ở quốc gia này. Nghiên cứu đã khảo sát các đối tượng chính tham gia chuỗi là nông dân, thương lái, đơn vị xay xát, bán buôn, bán lẻ và đưa ra kết luận lợi nhuận của các đối tượng này tùy thuộc vào từng loại gạo và người bán buôn đạt được lợi nhuận thấp hơn những người bán lẻ. Cũng như các quốc gia châu Á khác, gạo là loại thực phẩm quan trọng nhất ở Ấn Độ. Theo Vishal Sharma¹

và cộng sự (2013), chuỗi giá trị gạo ở Ấn Độ hoạt động trên các khuôn khổ truyền thống liên quan đến nhiều khâu trung gian như cung cấp và phân phối. Các cấu trúc chuỗi giá trị gạo ở Ấn Độ đang hoạt động kém hiệu quả và cần cải cách lại. Để cải thiện hoạt động của chuỗi giá trị cần tập trung chủ yếu ở hoạt động của các công ty chế biến gạo, hệ thống phân phối, bán lẻ và hệ thống hậu cần là thật sự cần thiết. Chuỗi giá trị gạo ở Bhutan cũng là đề tài nghiên cứu của Mahesh Ghimiray (2007). Kết quả nghiên cứu của tác giả đã đánh giá được tổng quan chuỗi giá trị gạo, xác định điểm mạnh và điểm yếu trong chuỗi giá trị từ đó đề xuất các giải pháp thích hợp để cải thiện chuỗi giá trị gạo ở Bhutan.

Bên cạnh gạo, các mặt hàng nông sản khác như táo, xoài và khóm cũng được nhiều nhà nghiên cứu chuỗi giá trị quan tâm. Nghiên cứu chuỗi giá trị táo ở Moldova được thực hiện bởi Viorel Leahu et al (2001) với mục tiêu nâng cao hiệu quả chuỗi giá trị và mang lại lợi ích cho các tác nhân tham gia chuỗi giá trị. Nhóm tác giả tập trung phân tích giá trị gia tăng của sản phẩm táo qua từng tác nhân trong chuỗi từ nhà sản xuất đến tay người tiêu dùng. Xoài là một mặt hàng được ưa chuộng ở Kenya nhưng hiện tại vẫn kém phát triển. Anita Msabeni (2010) đã tiến hành nghiên cứu về ngành hàng xoài ở đây. Kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng thách thức lớn nhất của ngành hàng không phải là thị trường mà chủ yếu là do mối liên kết giữa tổ chức và tác nhân chính trong chuỗi giá trị còn lỏng lẻo, năng lực hạn chế và cơ sở hạ tầng yếu kém. Đây chính là những nguyên nhân làm cho ngành hàng xoài ở Kenya kém phát triển. Một nghiên cứu khác về chuỗi giá trị rau cải ở Trung Quốc của Hualiang Lu (2006) cũng nhằm mục tiêu đánh giá hiệu quả sản xuất của nông hộ và phân tích hoạt động phân phối của các tác nhân trung gian trong các giai đoạn khác nhau của chuỗi. Kết quả nghiên cứu cho rằng không nên giảm thiểu chi phí nhất là chi phí giao dịch vì chi phí này rất quan trọng trong việc nâng cao giá trị gia tăng của chuỗi giá trị. Phân tích chuỗi giá trị khóm ở Sri Lanka được Lrine (2009) tiến hành bằng cách ứng dụng lý thuyết chuỗi giá trị của GTZ. Nghiên cứu cho thấy, khóm được trồng chủ yếu bởi nông hộ nhỏ lẻ và trong hoạt động mua bán họ không có quyền đàm phán và giải pháp được đề xuất thành lập hợp tác xã để tăng khả năng đàm phán của nông hộ trong thương mại khóm.

2.1.2 Các nghiên cứu trong nước về chuỗi giá trị gạo và nông sản

Ở Việt Nam, các nghiên cứu về chuỗi giá trị cũng được rất nhiều tác giả thực hiện. Các mặt hàng nông sản luôn là chủ đề chính trong nghiên cứu chuỗi giá trị. Trần Tiến Khai (2011) đã tiến hành nghiên cứu chuỗi giá trị dưa tỉnh Bến Tre. Nội dung chính của nghiên cứu là phân tích các mối quan hệ thương

mại giữa các tác nhân tham gia chuỗi và đóng góp của chuỗi cho kinh tế địa phương. Nghiên cứu ứng dụng phân tích chi phí - lợi ích, phân tích giá trị gia tăng cho từng công đoạn và toàn bộ chuỗi. Kết quả nghiên cứu cho thấy ngành dừa Bến Tre đóng góp rất lớn vào việc tạo ra thu nhập và việc làm cho người dân. Chuỗi giá trị nho-táo-tỏi ở Ninh Thuận được Nguyễn Phú Sơn (2012) tiến hành nghiên cứu. Tác giả tập trung phân tích giá trị gia tăng, phân phối lợi ích và giá trị gia tăng giữa các tác nhân. Nghiên cứu cũng đã đề xuất các giải pháp nâng cao giá trị kinh tế cho chuỗi giá trị các nông sản và nâng cao thu nhập cho các tác nhân tham gia chuỗi.

Bên cạnh các mặt hàng trái cây, gạo luôn làm mặt hàng được các nhà nghiên cứu lựa chọn. Theo Võ Hùng Dũng (2012), các thành phần cơ bản trong chuỗi giá trị gạo bao gồm nông dân, các nhà máy xay xát, chế biến, các trung gian, công ty cung ứng xuất khẩu, các nhà cung cấp đầu vào và dịch vụ cây trồng, các nhà cung cấp dịch vụ, các cơ quan nghiên cứu, các thể chế hỗ trợ, cơ sở hạ tầng. Chuỗi giá trị gạo bao gồm 5 chức năng là đầu vào, sản xuất, thu mua, thương mại và tiêu dùng. Có hai kênh thị trường chính trong chuỗi giá trị là kênh nội địa và kênh xuất khẩu (Võ Thị Thanh Lộc và Nguyễn Ngọc Châu, 2009). Trong đó, chuỗi giá trị gạo xuất khẩu chủ yếu do công ty đảm trách. Và lợi nhuận của nông hộ ở cả chuỗi giá trị gạo nội địa và xuất khẩu đều thấp nhất, dẫn đến lợi nhuận của nông hộ trong năm thấp hơn rất nhiều so với các tác nhân khác (Võ Thị Thanh Lộc và Nguyễn Phú Sơn, 2011). Người nông dân đóng vai trò chính trong khâu sản xuất. Tuy nhiên, trên thực tế thì người sản xuất lúa ở ĐBSCL chỉ thu được 34% tổng số giá trị gia tăng có được trong chuỗi giá trị gạo xuất khẩu (Ngân hàng thế giới, 2011). Các công đoạn tạo nên giá trị gia tăng cao nhất trong chuỗi giá trị nông sản đều nằm ngoài lãnh thổ Việt Nam như chế biến, phân phối, thương mại; công đoạn sản xuất là thu được lợi nhuận thấp nhất trong khi khâu tiêu thụ đạt được lợi nhuận cao nhất (Nguyễn Văn Bộ và Đào Thế Anh, 2013). Điểm yếu nhất trong chuỗi giá trị lúa gạo là những người trồng lúa, bởi đây là một tập hợp rời rạc của hàng triệu nông hộ sản xuất trên mảnh ruộng của mình, mà mỗi người có hành vi ứng xử khác nhau. Chính sự phình to của lực lượng thương lái làm cho mối quan hệ giữa nông dân và các công ty xuất khẩu khá lỏng lẻo, lợi ích của nông dân dễ bị bóp méo (Võ Hùng Dũng, 2012). Ngoài ra, khâu sơ chế và dự trữ lúa của nông hộ còn nhiều hạn chế. Theo Nguyễn Văn Sơn (2013), tập quán chế biến gạo tại ĐBSCL có đặc điểm cơ bản là xay xát qua hai lần. Lần 1, lúa được xay xát thành gạo xô tại những nhà máy nhỏ gắn liền với các vùng lúa; sau đó gạo xô được xử lý lần 2 để cho gạo trắng thành phẩm tại các nhà máy lớn. Ngoài ra, tại ĐBSCL nói riêng và ở Việt Nam nói chung, tập quán dự trữ lương thực

là dự trữ gạo với thời hạn bình quân từ 3-6 tháng. Để việc sản xuất, xuất khẩu lúa gạo mang tính bền vững, theo Võ Hùng Dũng (2012), cần tập trung vào 3 điểm chính: tín dụng cho nông dân, năng lực phơi sấy và khả năng dự trữ bằng cách khuyến khích nông dân ứng dụng các chương trình sản xuất mới, tiên tiến vào sản xuất. Có như vậy, lợi nhuận của nông hộ khi tham gia chuỗi mới có thể tăng lên. Nghiên cứu của Thiều Bửu Huệ (2012) đã một lần nữa khẳng định điều này. Tác giả đã thực hiện nghiên cứu việc ứng dụng các chương trình sản xuất mới, tiên tiến vào sản xuất nhằm nâng cao hiệu quả sản xuất lúa. Kết quả nghiên cứu của tác giả cho thấy việc ứng dụng kỹ thuật của chương trình “1 phải, 3 giảm” vào sản xuất và việc chọn biện pháp sấy thay cho cách phơi truyền thống giúp làm tăng lợi nhuận cho nông hộ. Ngoài ra, thực hiện liên kết “4 nhà” trong chuỗi giá trị cũng rất quan trọng, trong mối quan hệ “4 nhà” thì Nhà doanh nghiệp là quan trọng nhất, tiếp đến là Nhà nước, Nhà nông và Nhà khoa học. Nhà doanh nghiệp (hay gọi là thương lái) đóng vai trò quan trọng trong việc tiêu thụ lúa gạo, đại lý vật tư có vai trò cung cấp vật tư phục vụ sản xuất. Nhà nước có vai trò hỗ trợ bằng các chính sách và tổ chức liên kết (Đặng Minh Mẫn, 2011). Đối với ngành xuất khẩu gạo, Nguyễn Văn Sơn (2013) đề ra một số chiến lược tăng trưởng như: đa dạng hóa và tăng giá trị sản phẩm; phát triển dịch vụ gia tăng giá trị; mở rộng sự tham gia vào chuỗi cung ứng gạo toàn cầu; đầu tư vùng nguyên liệu xuất khẩu; giảm tổn thất sau thu hoạch; cho phép doanh nghiệp nước ngoài đầu tư trực tiếp vào vùng nguyên liệu và xuất khẩu gạo.

Hiệu quả sản xuất của nông hộ tham gia chuỗi giá trị có sự khác biệt ở các nhóm hộ, cụ thể là nhóm hộ có ứng dụng mô hình sản xuất và nhóm hộ ngoài mô hình. Kết quả nghiên cứu của Lê Nguyễn Đoàn Khôi và Nguyễn Ngọc Vàng (2012) chỉ ra rằng có sự khác biệt về hiệu quả sản xuất của hai nhóm hộ ứng dụng mô hình “Cánh đồng mẫu lớn” và ngoài mô hình. Đề tài đánh giá được nhóm nông hộ ngoài mô hình có khoản mục chi phí giống thấp hơn chi phí giống của nhóm trong mô hình, do các nông hộ ngoài mô hình thường để lại một phần lúa đã thu hoạch làm giống sản xuất cho vụ kế tiếp, trong khi nhóm nông hộ trong mô hình sản xuất sử dụng giống xác nhận. Tuy nhiên, chi phí phân bón, chi phí thuốc bảo vệ thực vật, chi phí lao động gia đình, chi phí thuê lao động của nhóm ngoài mô hình đều cao hơn so với các khoản mục chi phí này của nhóm trong mô hình. Bên cạnh đó, hiệu quả sử dụng vốn, hiệu quả sử dụng tiền mặt của nhóm ngoài mô hình cũng thấp hơn so với nhóm trong mô hình.

Trong chuỗi giá trị, kênh phân phối là rất quan trọng. Tuy nhiên, thực tế cho thấy kênh phân phối lúa gạo từ nông dân đến người tiêu dùng kém hiệu

quả, còn rời rạc, manh mún, thiếu tập trung, thiếu liên kết giữa công ty nông nghiệp và nông dân. Trong ba đối tượng tham gia chủ yếu bao gồm nông dân, thương lái, người bán lẻ thì lợi nhuận mang từ sản xuất, kinh doanh lúa gạo cao nhất là cho thương lái, tiếp đến là người bán lẻ gạo, cuối cùng là nông hộ (Nguyễn Ngọc Quang, 2010). Tác giả Mai Văn Nam (2009) cho rằng có sự khác biệt về lợi nhuận giữa các nông hộ mà giá bán và sản lượng lúa không ổn định là nguyên nhân chính tạo nên sự khác biệt đó. Nông hộ thường thiếu phương tiện sản xuất, chế biến bảo quản, vận chuyển, thiếu thông tin thị trường nên hiệu quả trồng lúa giảm; kênh phân phối lúa gạo kém hiệu quả, thiếu sự liên kết giữa doanh nghiệp và nông dân, thiếu liên kết giữa tuyến kênh phân phối lúa gạo xuất khẩu và nội địa, thiếu chức năng giám sát và điều tiết vĩ mô hiệu quả của các cơ quan quản lý lương thực nên các tác nhân trong kênh phân phối luôn bị động trong sản xuất và tiêu thụ lúa gạo. Kết quả nghiên cứu của Lê Nguyễn Đoàn Khôi (2012) chỉ ra rằng hoạt động chuỗi giá trị lúa gạo ở ĐBSCL còn qua rất nhiều khâu trung gian dẫn đến quản lý chuỗi cung ứng kém hiệu quả từ đầu vào đến đầu ra cũng như quản lý chất lượng từ đầu ra trở về đầu vào. Giá trị gia tăng của toàn ngành hàng thấp, bao gồm chuỗi giá trị lúa gạo ở thị trường nội địa và chuỗi giá trị lúa gạo xuất khẩu. Đời sống nông hộ trồng lúa nhìn chung chưa được cải thiện. Những chính sách điều tiết của Chính phủ trong thời gian qua chưa phù hợp và kịp thời. Thiếu thông tin thị trường, thông tin về sản xuất và tiêu thụ gạo chưa đầy đủ và đồng bộ, thiếu điều kiện làm khô lúa và tồn trữ, hậu cần phục vụ ngành hàng lúa gạo còn yếu và thiếu... là những yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả sản xuất lúa. Vì thế, để ngành hàng lúa gạo phát triển bền vững cần thực hiện nhiều chiến lược phối hợp như: chiến lược cắt giảm chi phí, chiến lược nâng cao chất lượng, chiến lược đầu tư công nghệ, phát triển và cải tiến chính sách nhằm hỗ trợ tốt hơn và hiệu quả hơn chuỗi ngành hàng. Bên cạnh đó, để phát triển bền vững ngành hàng lúa gạo thì sự liên kết dọc và liên kết ngang giữa các tác nhân tham gia chuỗi là điều quan trọng nhất (Nguyễn Thị Trâm Anh và Bạch Ngọc Văn, 2012). Nông hộ nghèo là một trong những đối tượng tham gia thường xuyên vào chuỗi giá trị nông sản. Nghèo đói tập trung trong số nông dân không liên kết và sự nghèo đói của họ có xu hướng ngày càng trầm trọng hơn (Trần Công Thắng và cộng sự, 2004). Vì vậy, cần có giải pháp thiết thực để gia tăng lợi nhuận giúp nông hộ nghèo cải thiện đời sống khi tham gia chuỗi.

2.1.3 Các nghiên cứu về nâng cao giá trị gia tăng

Theo David Coltrain et al (2000) có hai phương pháp tiếp cận nghiên cứu giá trị gia tăng nông sản, một là đổi mới hoặc tạo ra cái mới. Gjerding et al (1997) cho rằng những hoạt động đổi mới giá trị gia tăng phát triển trên những

trang trại hoặc trong phòng thí nghiệm nông nghiệp luôn là nguồn tăng trưởng quốc gia. Theo Lambert et al (1998) để nâng cao giá trị gia tăng nông sản phải cải tiến hiệu quả kỹ thuật, hiệu quả phân phối và hiệu quả theo quy mô. Tác giả James P. Oko (2013) đưa ra 5 giải pháp để nâng cao hiệu quả sản xuất là tối đa hóa việc sử dụng nguyên liệu, kiểm soát chi phí đóng gói, quản lý chi phí lao động, quản lý hiệu quả thiết bị tổng thể và thực hiện các chương trình cải tiến liên tục. Một nghiên cứu khác của Jean Paul Chavas et al (2005) ứng dụng phương pháp phi tham số để ước tính hiệu quả kỹ thuật, hiệu quả phân bổ và hiệu quả theo quy mô để đánh giá hiệu quả sản xuất. Kết quả nghiên cứu chỉ ra rằng nếu cải thiện được hiệu quả phân bổ sẽ nâng cấp hiệu quả sản xuất cho nông hộ góp phần nâng cao giá trị gia tăng cho sản phẩm nông sản.

2.2 CÁC NGHIÊN CỨU VỀ CHUỖI GIÁ TRỊ VÌ NGƯỜI NGHÈO

Tăng trưởng vì người nghèo luôn là mục tiêu chính thúc đẩy sự phát triển của chuỗi giá trị. Phân tích chuỗi giá trị với mục tiêu nâng cao hiệu quả thị trường cho người nghèo (M4P, 2007). Mục tiêu của việc hoàn thiện chuỗi giá trị nâng cao thu nhập cho người nghèo bao gồm hai vấn đề. Thứ nhất là, tăng tổng số lượng và giá trị sản phẩm mà người nghèo bán ra trong chuỗi giá trị. Thứ hai là giữ nguyên thị phần của người nghèo trong ngành hoặc gia tăng lợi nhuận biên trên sản phẩm. Ở Việt Nam, các nghiên cứu về chuỗi giá trị nông sản gắn với mục tiêu vì người nghèo cũng được thực hiện. Võ Thị Thanh Lộc và cộng sự (2011) đã thực hiện nghiên cứu về chuỗi giá trị xơ dừa nhằm cải thiện thu nhập cho người nghèo ở ĐBSCL. Nghiên cứu ứng dụng công cụ của M4P (2007) nhằm làm rõ sự phân phối chưa hợp lý trong chuỗi giá trị xơ dừa. Một nghiên cứu khác của Trần Công Thắng và cộng sự (2004) đã khẳng định rằng, chuỗi giá trị nông sản đặt ra nhiều cơ hội và thách thức cho người nghèo, sự tham gia của họ vào chuỗi giá trị sẽ tạo ra cơ hội cải thiện cuộc sống. Nguyễn Quốc Nghi (2015) đã tiến hành nghiên cứu chuỗi giá trị khóm ở huyện Tân Phước tỉnh Tiền Giang. Tác giả phân tích hoạt động của các tác nhân tham gia chuỗi giá trị sản phẩm khóm ở tỉnh Tiền Giang, phân tích giá trị gia tăng và sự phân phối giá trị gia tăng giữa các nhân tác tham gia chuỗi giá trị sản phẩm khóm, thông qua đó đề xuất giải pháp nâng cao thu nhập cho nông hộ nghèo trồng khóm ở tỉnh Tiền Giang. Kết quả nghiên cứu cho thấy các nông hộ nghèo sử dụng nguồn lực rất lãng phí dẫn đến hiệu quả phân phối nguồn lực và hiệu quả sử dụng chi phí của hộ nghèo khá thấp. Tuy nhiên, khả năng tăng hiệu quả theo quy mô của hộ nghèo trồng khóm vẫn còn khá cao. Trong tất cả các tiêu chí về giá bán, giá trị gia tăng, giá trị gia tăng thuần, tỷ lệ phân phối giá trị gia tăng và tỷ lệ phân phối giá trị gia tăng thuần trong chuỗi, nhóm hộ không nghèo đều thể hiện tính hiệu quả tốt hơn rất nhiều so với

nhóm hộ nghèo. Nông hộ là tác nhân tạo ra giá trị gia tăng cao nhất trong chuỗi giá trị sản phẩm khóm, kể đến là tác nhân bán buôn cấp 2 và doanh nghiệp. Tùy vào từng kênh thị trường mà sự phân phối giá trị gia tăng thuần giữa các tác nhân có sự khác nhau. Tuy nhiên, ở hầu hết các kênh thị trường chính, nông hộ trồng khóm luôn là tác nhân nhận được sự phân phối giá trị gia tăng thuần cao, kể đến là tác nhân bán buôn cấp 2 và bán lẻ. Giá trị gia tăng và giá trị gia tăng thuần được tạo ra từ sản phẩm khóm tác động rất lớn đến sự thay đổi thu nhập của hộ nghèo trồng khóm. Tỷ lệ phân phối giá trị gia tăng và giá trị gia tăng thuần ảnh hưởng tích cực đến thu nhập của hộ nghèo trồng khóm ở tỉnh Tiền Giang. Dựa trên kết quả nghiên cứu, tác giả đã đề xuất sáu giải pháp nhằm nâng cao giá trị gia tăng sản phẩm khóm góp phần cải thiện thu nhập cho hộ nghèo trồng khóm ở Tiền Giang.

2.3 PHƯƠNG PHÁP TIẾP CẬN CHUỖI GIÁ TRỊ

Khi thực hiện các đề tài liên quan đến chuỗi giá trị nông sản, các nhà nghiên cứu đã ứng dụng rất nhiều phương pháp tiếp cận khác nhau. Các phương pháp tiếp cận về chuỗi giá trị được GTZ, ACIDI/VOCA, và M4P đề xuất và được áp dụng khá phổ biến cho các nghiên cứu chuỗi giá trị ở Việt Nam và các nước đang phát triển. Bên cạnh đó, phương pháp luận về phân tích ngành hàng của FAO (2005) và phân tích lợi thế cạnh tranh của Michael Porter (1985) cũng được sử dụng rộng rãi. Võ Thị Thanh Lộc và Lê Nguyễn Đoàn Khôi (2011) đã sử dụng các cách tiếp cận tổng hợp của Kaplinsky và Morris (2001), Recklies (2001), GTZ (2007) và M4P (2007) để nghiên cứu mô hình chuỗi giá trị lúa gạo ở ĐBSCL, trong đó mô tả hai mô hình là chuỗi giá trị lúa gạo nội địa và chuỗi giá trị lúa gạo xuất khẩu. Tác giả Trần Tiến Khai (2011) cũng ứng dụng phương pháp tiếp cận của GTZ (2007), M4P (2007) và FAO (2005) để tiến hành nghiên cứu cấu trúc và sự vận hành chuỗi giá trị dừa ở Bến Tre. Song song đó, Nguyễn Phú Sơn (2012) ứng dụng lý thuyết tiếp cận của GTZ (2007) và M4P (2007) để nghiên cứu hoạt động thị trường của các tác nhân tham gia chuỗi giá trị nho-táo-tỏi ở Bình Thuận. Trong nghiên cứu này, lý thuyết phân tích lợi thế cạnh tranh của ngành hàng của Micheal Porter (1998) cũng được tác giả ứng dụng để phân tích lợi thế cạnh tranh của các ngành hàng này. Phương pháp phân tích chuỗi giá trị theo cách tiếp cận GTZ (2007) đã được nhóm tác giả Mai Văn Nam và cộng sự (2010) sử dụng để phân tích kinh tế chuỗi giá trị lúa gạo tại tỉnh Đồng Tháp. Cùng với đó, Nguyễn Thị Trâm Anh và Bạch Ngọc Văn (2012) dựa trên mô hình Valuelinks của GTZ (2007) để phân tích chuỗi giá trị lúa gạo xuất khẩu tỉnh Kiên Giang. Trần Hoài Phong (2010) cũng đã ứng dụng thành công phương pháp tiếp cận của GTZ và M4P (2007), mô hình 5 áp lực cạnh tranh của Michael Porter (1985), lý thuyết lợi thế so sánh, lợi thế cạnh tranh... để phân

tích quá trình vận hành của chuỗi giá trị gạo tỉnh An Giang từ khâu cung cấp các yếu tố đầu vào đến người trồng lúa, thương lái, nhà máy xay xát, doanh nghiệp phân phối, tiêu dùng trong nước và xuất khẩu, cũng như xác định được mối liên hệ giữa các yếu tố chi phí và thu nhập, tính công bằng trong phân chia lợi ích giữa người trồng lúa và các tác nhân khác trong chuỗi giá trị. Trong khi đó, tác giả Phạm Bảo Thạch (2011) lại chọn các tiếp cận của Kaplinsky và Morris (2001) để phân tích chuỗi giá trị sản phẩm nếp Phú Tân tỉnh An Giang. Lý thuyết chuỗi giá trị của Kaplinsky và Morris (2001), “Hệ thống chuỗi giá trị” của Recklies (2001), “Kết nối chuỗi giá trị - Value Links” 2007 của Eschborn GTZ, “Thị trường cho người nghèo – Công cụ phân tích chuỗi giá trị” M4P (2007) và phân tích lợi thế cạnh tranh của Michael Porter (1985) đã được Võ Thị Thanh Lộc và Nguyễn Ngọc Châu (2009) ứng dụng trong nghiên cứu chuỗi giá trị gạo tại Cần Thơ. Huỳnh Bảo Tuân và cộng sự (2013) cũng áp dụng phương pháp nghiên cứu của GTZ (2007), M4P (2007), Kaplinsky và Morris (2001) để nghiên cứu chuỗi giá trị cây Diệp Hạ Châu ở Phú Yên. Nhóm tác giả đã ứng dụng cách tiếp cận này để tiếp cận chuỗi giá trị cho người nghèo với mục đích tìm hiểu sự phân phối thu nhập và đề xuất các giải pháp nâng cấp và phát triển bền vững chuỗi giá trị. Nguyễn Quốc Nghi (2015) khi tiến hành phân tích chuỗi giá trị khóm ở Tiền Giang đã sử dụng cách tiếp cận “đầu vào” về hiệu quả sản xuất nông nghiệp của Farrell (1957) và “đầu ra” về chuỗi giá trị của Kaplinsky & Morris (2001), phương pháp liên kết chuỗi giá trị của GTZ (2007) và nâng cao thị trường cho người nghèo (ADB, 2007). Tương tự, nghiên cứu chuỗi giá trị xoài tỉnh Tiền Giang được Trịnh Đức Trí và cộng sự (2015) thực hiện dựa vào lý thuyết chuỗi giá trị của Kaplinsky & Morris (2001), phương pháp liên kết chuỗi giá trị của Eschborn GTZ (2007), nâng cao thị trường cho người nghèo (M4P, 2007) và sự tham gia của các tác nhân tham gia chuỗi để phân tích thị trường xoài, đánh giá thực trạng sản xuất-tiêu thụ xoài, phân tích chuỗi giá trị xoài và đề xuất các giải pháp chiến lược nâng cấp chuỗi giá trị xoài tại tỉnh Tiền Giang.

2.4 PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU CHUỖI GIÁ TRỊ

Để phân tích đầy đủ và chính xác chuỗi giá trị nông sản, các nhà nghiên cứu ứng dụng cả phương pháp phân tích định tính và định lượng. Trần Tiến Khai (2011) đã dùng các kỹ thuật cụ thể trong phân tích định tính như phương pháp chọn mẫu có mục đích, thu thập dữ liệu mở, phân tích văn bản, số liệu thứ cấp, tổng hợp ý nghĩa và giải thích các kết quả để tìm hiểu bản chất của chuỗi giá trị dừa ở Bến Tre, quá trình vận động, tương tác giữa các nhóm tác nhân, và giữa chuỗi giá trị và hệ thống chính sách tác động đến nó. Cùng đề tài phân tích chuỗi giá trị, Nguyễn Phú Sơn (2012) đã sử dụng ma trận SWOT để

đưa ra chiến lược phát triển chuỗi giá trị sản phẩm nho-táo-tỏi ở Bình Thuận. Ma trận SWOT cũng được Đặng Minh Mẫn (2011) sử dụng nhằm mô tả cái nhìn chung về những cơ hội và trở ngại trong quá trình sản xuất và tiêu thụ lúa của nông dân. Phương pháp phân tích GAP (các lỗ hổng), phân tích lợi thế cạnh tranh và phân tích SWOT được Võ Thị Thanh Lộc và Nguyễn Ngọc Châu (2009) ứng dụng trong nghiên cứu chuỗi giá trị gạo ở Cần Thơ.

Phương pháp định lượng được các tác giả sử dụng nhiều nhất là phương pháp thống kê mô tả, phương pháp phân tích kinh tế chuỗi giá trị, phương pháp phân tích lợi ích-chi phí, hàm sản xuất, hàm lợi nhuận Cobb-Douglas và phân tích bảng chéo. Võ Thị Thanh Lộc và Nguyễn Ngọc Châu (2009) đã ứng dụng phương pháp thống kê mô tả, phương pháp phân tích lợi ích-chi phí, phân tích bảng chéo để nghiên cứu chuỗi giá trị gạo ở Cần Thơ. Nguyễn Phú Sơn (2012) cũng sử dụng các phương pháp thống kê mô tả, phương pháp phân tích kinh tế chuỗi giá trị và phương pháp phân tích lợi ích-chi phí để phân tích chuỗi giá trị sản phẩm nho-táo-tỏi ở Bình Thuận. Phương pháp thống kê mô tả, kiểm định T-test, hàm sản xuất và hàm lợi nhuận Cobb-Douglas được Thiều Bửu Huệ (2012) sử dụng để nghiên cứu những yếu tố góp phần đưa tỉnh An Giang đạt thành tích cao về năng suất lúa. Song song đó, Lê Nguyễn Đoàn Khôi và Nguyễn Ngọc Vàng (2012); Huỳnh Bảo Tuấn và cộng sự (2013) cũng đã sử dụng phương pháp phân tích lợi ích chi phí (CBA) để đánh giá hiệu quả kinh tế và tài chính giữa các nhóm nông hộ. Nhóm tác giả cũng đã sử dụng hàm lợi nhuận để phân tích biến phụ thuộc lợi nhuận chịu ảnh hưởng bởi những yếu tố nào. Phương pháp thống kê mô tả cũng được tác giả Đặng Minh Mẫn (2011) sử dụng nhằm mô tả cái nhìn chung về những cơ hội và trở ngại trong quá trình sản xuất và tiêu thụ lúa của nông dân, kết hợp phân tích bảng chéo (Cross – Tabulation) nhằm tìm ra những yếu tố có ảnh hưởng đến mối quan hệ “4 nhà”; phân tích chuỗi giá trị với việc lập sơ đồ chuỗi và lượng hóa, mô tả chuỗi giá trị.

Tác giả Mai Văn Nam và cộng sự (2010) sử dụng phương pháp thống kê mô tả kết hợp với phương pháp phân tích lợi ích-chi phí để phân tích kinh tế chuỗi giá trị lúa gạo tại tỉnh Đồng Tháp. Nguyễn Quốc Nghi (2015) đã sử dụng phương pháp phân tích màng bao dữ liệu (DEA) để đánh giá hiệu quả sản xuất khóm của hộ nghèo. Ngoài ra, tác giả còn sử dụng phương pháp hồi qui tuyến tính để xác định các yếu tố thuộc về nguồn lực nông hộ ảnh hưởng đến hiệu quả sản xuất khóm của nông hộ nghèo, phân tích giá trị gia tăng sản phẩm khóm và sự phân phối giá trị gia tăng giữa các tác nhân trong chuỗi giá trị. Phân tích ma trận SWOT và tham vấn chuyên gia được sử dụng làm cơ sở khoa học cho việc đề xuất các giải pháp nâng cao giá trị gia tăng sản phẩm khóm góp phần cải thiện thu nhập cho hộ nghèo ở tỉnh Tiền Giang.

2.5 PHƯƠNG PHÁP CHỌN MẪU

Võ Thị Thanh Lộc và Nguyễn Phú Sơn (2011) thực hiện nghiên cứu chuỗi giá trị gạo tại ĐBSCL. Mẫu nghiên cứu gồm 11 đối tượng thuộc các tác nhân tham gia và hỗ trợ chuỗi ngành hàng lúa gạo với tổng số quan sát mẫu là 564. Nhóm tác giả thực hiện chọn mẫu bằng phương pháp thuận tiện tại các xã của mỗi huyện và mỗi tỉnh dựa trên tiêu chí diện tích và sản lượng lúa. Cùng thực hiện nghiên cứu chuỗi giá trị gạo đặc sản ST5 tại tỉnh Sóc Trăng, nhóm tác giả Võ Thị Thanh Lộc và Nguyễn Phú Sơn (2013) cũng chọn mẫu theo phương pháp thuận tiện tại các xã được chọn của mỗi huyện. Tiêu chí chọn xã và huyện đại diện dựa vào tiêu chí diện tích, sản lượng ST5 lớn nhất và vùng sinh thái khác nhau. Tác giả Trần Tiến Khai (2011) đã chọn mẫu theo phương pháp phi xác suất, cụ thể là chọn mẫu định mức theo tỷ lệ kết hợp chọn mẫu thuận tiện khi thực hiện nghiên cứu về chuỗi giá trị dừa tại Bến Tre do việc thiết lập danh sách khung mẫu nông hộ là gần như không thể thực hiện được trên thực tế. Đồng thời, do khó xác lập danh sách các hộ thu gom, thương lái, cơ sở sơ chế dừa trái, các cơ sở và doanh nghiệp chế biến sản phẩm dừa nên chọn mẫu phi xác suất là phương pháp phù hợp hơn với thực tế. Cùng thực hiện nghiên cứu về chuỗi, Nguyễn Phú Sơn và cộng sự (2012) lựa chọn phương pháp chọn mẫu thuận tiện cho việc khảo sát số liệu khi nghiên cứu về chuỗi giá trị táo-nho-tỏi ở Ninh Thuận. Đề tài phỏng vấn với cỡ mẫu là 280 gồm 8 đối tượng có liên quan trong chuỗi bao gồm nhà cung cấp đầu vào (giống, vật tư nông nghiệp), người trồng, thương lái, chủ vựa/bán sỉ, bán lẻ, siêu thị và công ty chế biến có hoạt động sản xuất và kinh doanh các sản phẩm trên ít nhất một năm. Nông hộ được chọn theo phương pháp thuận tiện và những tác nhân tham gia chuỗi được chọn có tính chất liên kết chuỗi, xuất phát từ người trồng. Kế đến người trồng bán sản phẩm cho những đối tượng nào, ở đâu thì sẽ tiếp tục tiến hành thu thập thông tin trên những đối tượng tham gia trong chuỗi. Tác giả Nguyễn Quốc Nghi (2015) khi thực hiện nghiên cứu về chuỗi giá trị khóm ở Tiền Giang đã tiến hành khảo sát 9 đối tượng tham gia vào chuỗi. Đó là đại lý vật tư nông nghiệp, cơ sở sản xuất giống, nông hộ trồng khóm, thương lái, vựa khóm, nhà bán buôn, công ty chế biến, nhà bán lẻ và nhà hỗ trợ chuỗi. Để đảm bảo tính đại diện của dữ liệu, phương pháp chọn mẫu được tác giả tiến hành theo hai bước. Đầu tiên, tiến hành phân tầng địa bàn khảo sát theo tiêu chí diện tích canh tác khóm, địa bàn kinh doanh của các tác nhân tham gia chuỗi giá trị và tỷ lệ hộ nghèo. Kế tiếp, tiến hành chọn mẫu theo phương pháp hạn ngạch (quota) để đảm bảo tỷ lệ đại diện của nông hộ (hộ nghèo, hộ không nghèo); các tác nhân còn lại trong chuỗi giá trị được chọn theo phương pháp liên kết chuỗi của GTZ (2007).

2.6 BỘ CÔNG CỤ PHÂN TÍCH CHUỖI GIÁ TRỊ

Khi nghiên cứu chuỗi giá trị xoài cát Hòa Lộc tỉnh Đồng Tháp, Trương Hồng Võ Tuấn Kiệt và Dương Ngọc Thành (2014) đã sử dụng công cụ 1, 2, 3, 7 và 9 để phân tích chuỗi giá trị xoài. Chuỗi giá trị sản phẩm tỏi tỉnh Ninh Thuận được sử dụng các công cụ 2, 3, 7 và 9 để nghiên cứu (Nguyễn Phú Sơn và Nguyễn Thị Thu An, 2014).

2.7 ĐÁNH GIÁ TỔNG QUAN CÁC TÀI LIỆU LƯỢC KHẢO

Trong thời gian qua, có rất nhiều công trình nghiên cứu về tình hình sản xuất và tiêu thụ lúa gạo của Việt Nam, ĐBSCL và tỉnh An Giang.

Bảng 2.1: Đánh giá các tài liệu lược khảo

STT	Nội dung lược khảo	Kết quả nghiên cứu	Đánh giá tài liệu
2.1	Nghiên cứu về chuỗi giá trị		
2.1.1	Nghiên cứu quốc tế về chuỗi giá trị	<ul style="list-style-type: none"> - David C. Wilcock và Franco Jean-Pierre (2011): Vốn là nguyên nhân làm cho năng suất lúa thấp; - Vishal Sharma¹ và cộng sự (2013): Để cải thiện hoạt động của chuỗi giá trị gạo cần tập trung chủ yếu ở hoạt động của các công ty chế biến gạo, hệ thống phân phối, bán lẻ và hệ thống hậu cần là thật sự cần thiết; - Anita Msabeni (2010): nguyên nhân khiến chuỗi giá trị kém phát triển là do mối liên kết giữa tổ chức và tác nhân chính trong chuỗi giá trị còn lỏng lẻo, năng lực hạn chế và cơ sở hạ tầng yếu kém; - Hualiang Lu (2006): không nên giảm thiểu chi phí nhất là chi phí giao dịch vì chi phí này rất quan trọng trong việc nâng cao giá trị gia tăng của chuỗi giá trị. 	Luận án tiếp tục nghiên cứu các tác nhân tham gia chuỗi để tìm ra đâu là nguyên nhân làm cho chuỗi giá trị hoạt động kém hiệu quả.
2.1.2	Nghiên cứu trong nước về chuỗi giá trị	<ul style="list-style-type: none"> - Trần Tiến Khai (2011): ngành dừa Bến Tre đóng góp rất lớn vào việc tạo ra thu nhập và việc làm cho người dân; - Nguyễn Phú Sơn (2012): đề tài tập trung phân tích giá trị gia tăng, phân phối lợi ích và giá trị gia tăng giữa các tác nhân; - Võ Hùng Dũng (2012): các tác nhân cơ bản trong chuỗi giá trị lúa gạo bao gồm nông dân, các nhà máy xay xát, chế biến, các trung gian, công ty cung ứng xuất khẩu, các nhà cung cấp đầu vào và dịch vụ cây trồng, các nhà cung cấp dịch vụ, các cơ quan nghiên cứu, các thể chế hỗ trợ, cơ sở hạ tầng; - Võ Thị Thanh Lộc và Nguyễn Phú Sơn (2011): lợi nhuận của nông hộ ở cả chuỗi giá trị gạo nội địa và xuất khẩu đều thấp nhất, dẫn đến lợi nhuận của nông hộ trong năm thấp hơn rất nhiều so với các tác nhân khác; - Thiều Bửu Huệ (2012): ứng dụng mô hình sản xuất tiên tiến sẽ tăng lợi nhuận cho nông hộ; - Lê Nguyễn Đoàn Khôi và Nguyễn Ngọc Vàng (2012): Hiệu quả sản 	Luận án tiếp tục kế thừa phân tích giá trị gia tăng, phân phối lợi ích và giá trị gia tăng giữa các tác nhân. Các tác nhân trong chuỗi bao gồm nông dân, thương lái, đại lý, nhà máy xay xát và công ty lương thực; Luận án cũng phân tích cả chuỗi giá trị gạo nội địa và xuất khẩu; Bên cạnh đó, luận án phân tích hiệu quả tài chính của các nhóm nông hộ tham gia chuỗi.

		<p>xuất của nông hộ tham gia chuỗi giá trị có sự khác biệt ở các nhóm hộ, cụ thể là nhóm hộ có ứng dụng mô hình sản xuất và nhóm hộ ngoài mô hình;</p> <p>- Nguyễn Ngọc Quang (2010): trong các tác nhân nông dân, thương lái, người bán lẻ thì lợi nhuận mang từ sản xuất, kinh doanh lúa gạo cao nhất là cho thương lái, tiếp đến là người bán lẻ lúa gạo, cuối cùng là nông hộ;</p> <p>- Mai Văn Nam (2009): sự khác biệt về lợi nhuận giữa các nông hộ mà giá bán và sản lượng lúa không ổn định là nguyên nhân chính tạo nên sự khác biệt đó;</p> <p>- Nguyễn Thị Trâm Anh và Bạch Ngọc Văn (2012): Nông hộ nghèo là một trong những đối tượng tham gia thường xuyên vào chuỗi giá trị nông sản.</p> <p>- Nguyễn Quốc Nghi (2015): Nông hộ là tác nhân tạo ra giá trị gia tăng cao nhất trong chuỗi giá trị.</p>	
2.1.3	Các nghiên cứu chuỗi giá trị vì người nghèo	<p>- Võ Thị Thanh Lộc và cộng sự (2011): chuỗi giá trị xoài dứa;</p> <p>- Trần Công Thắng và cộng sự (2004): sự tham gia của hộ nghèo vào chuỗi giá trị sẽ tạo ra cơ hội cải thiện cuộc sống.</p> <p>- Nguyễn Quốc Nghi (2015): nông hộ nghèo sử dụng nguồn lực rất lãng phí dẫn đến hiệu quả phân phối nguồn lực và hiệu quả sử dụng chi phí của hộ nghèo khá thấp. Tuy nhiên, khả năng tăng hiệu quả theo qui mô của hộ nghèo trông khóm vẫn còn khá cao. Trong tất cả các tiêu chí về giá bán, giá trị gia tăng, giá trị gia tăng thuần, tỷ lệ phân phối giá trị gia tăng và tỷ lệ phân phối giá trị gia tăng thuần trong chuỗi, nhóm hộ không nghèo đều thể hiện tính hiệu quả tốt hơn rất nhiều so với nhóm hộ nghèo.</p>	Điểm mới của luận án là phân tích hiệu quả sản xuất của các nhóm nông hộ nghèo và không nghèo khi tham gia chuỗi giá trị gạo. Trên cơ sở này làm cơ sở cho đề xuất giải pháp nâng cao giá trị gia tăng của chuỗi.
2.1.4	Các nghiên cứu nâng cao giá trị gia tăng	<p>- David Coltrain et al (2000): có 2 cách tiếp cận nghiên cứu giá trị gia tăng;</p> <p>- Lambert et al (1998): để nâng cao giá trị gia tăng nông sản phải cải tiến hiệu quả kỹ thuật, hiệu quả phân phối và hiệu quả theo quy mô;</p> <p>- Jean Paul Chavas et al (2005): cải thiện được hiệu quả phân bổ sẽ nâng cấp hiệu quả sản xuất cho nông hộ góp phần nâng cao giá trị gia tăng cho sản phẩm nông sản.</p>	Luận án kế thừa phân tích giá trị gia tăng, phân phối lợi ích và giá trị gia tăng giữa các tác nhân tham gia chuỗi giá trị.

2.2	Phương pháp tiếp cận chuỗi giá trị	<ul style="list-style-type: none"> - Võ Thị Thanh Lộc và Lê Nguyễn Đoàn Khôi (2011): ứng dụng các cách tiếp cận tổng hợp của Kaplinsky và Morris (2000), Recklies (2001), GTZ (2007) và M4P (2007); - Trần Tiến Khai (2011): ứng dụng phương pháp tiếp cận của GTZ (2007), M4P (2007) và FAO (2005); - Nguyễn Phú Sơn (2012): ứng dụng lý thuyết tiếp cận của GTZ (2007), M4P (2007) và Micheal Porter (1998); - Mai Văn Nam và cộng sự (2010): ứng dụng lý thuyết của GTZ (2007); - Nguyễn Thị Trâm Anh và Bạch Ngọc Văn (2012): ứng dụng lý thuyết của GTZ (2007); - Trần Hoài Phong (2010): ứng dụng phương pháp tiếp cận của GTZ và M4P (2007), Michael Porter (1985); - Phạm Bảo Thạch (2011): ứng dụng phương pháp tiếp cận của Kaplinsky và Morris (2000); - Võ Thị Thanh Lộc và Nguyễn Ngọc Châu (2009): ứng dụng phương pháp tiếp cận của Kaplinsky và Morris (2000), Recklies (2001), GTZ (2007), M4P (2007) và Michael Porter (1985); - Huỳnh Bảo Tuấn và cộng sự (2013): ứng dụng phương pháp tiếp cận của GTZ (2007), M4P (2007), Kaplinsky và Morris (2000); - Nguyễn Quốc Nghi (2015): tiếp cận “đầu vào” về hiệu quả sản xuất nông nghiệp của Farrell (1957) và “đầu ra” về chuỗi giá trị của Kaplinsky & Morris (2001), phương pháp liên kết chuỗi giá trị của GTZ (2007) và nâng cao thị trường cho người nghèo (ADB, 2007). 	Luận án kế thừa cách tiếp cận chuỗi giá trị của Kaplinsky và Morris (2000); lý thuyết “ValueLinks” của GTZ (2007).
2.3	Phương pháp nghiên cứu chuỗi giá trị	<ul style="list-style-type: none"> - Trần Tiến Khai (2011): sử dụng các phương pháp phân tích định tính và phân tích định lượng; - Nguyễn Phú Sơn (2012): Thống kê mô tả; Phân tích kinh tế chuỗi giá trị; Phân tích lợi ích - chi phí; - Đặng Minh Mẫn (2011): Phân tích SWOT; Phân tích bảng chéo; - Võ Thị Thanh Lộc và Nguyễn Ngọc Châu (2009): Thống kê mô tả; Phân tích kinh tế chuỗi giá trị; Phân tích GAP (các lỗ hổng); Phân tích lợi thế cạnh tranh; Phân tích SWOT; 	Luận án kế thừa phương pháp phân tích thống kê mô tả; Kiểm định T-test; Phân tích kinh tế chuỗi giá trị. Ngoài ra, luận án ứng dụng thêm mô hình hồi quy đa biến phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến thu nhập của nông hộ nghèo.

	<ul style="list-style-type: none"> - Thiều Bửu Huệ (2012): Thống kê mô tả; Kiểm định T-test; Hàm sản xuất và hàm lợi nhuận Cobb-Douglas; - Lê Nguyễn Đoan Khôi và Nguyễn Ngọc Vàng (2012); Phân tích lợi ích chi phí (CBA); - Huỳnh Bảo Tuân và cộng sự (2013): Phân tích lợi ích chi phí (CBA); - Mai Văn Nam và cộng sự (2010): Phương pháp thống kê mô; Phân tích lợi ích–chi phí. - Nguyễn Quốc Nghi (2015): phương pháp phân tích màng bao dữ liệu (DEA); phân tích giá trị gia tăng sản phẩm kém và sự phân phối giá trị gia tăng giữa các tác nhân trong chuỗi giá trị; phân tích SWOT 	
--	--	--

Nguồn: Tác giả tổng hợp, 2014

Nhìn chung, các công trình này đã đạt được những thành tựu như sau:

- Hướng nghiên cứu chính của các tài liệu lược khảo: phân tích tình hình sản xuất lúa, đánh giá hiệu quả sản xuất lúa, phân tích và đánh giá hiệu quả kênh phân phối lúa gạo, phân tích chuỗi giá trị lúa gạo, phân tích tác động của rủi ro và chính sách đến các tác nhân tham gia chuỗi, xây dựng chiến lược và giải pháp nâng cao khả năng cạnh tranh cho ngành hàng lúa gạo.

- Những trường phái lý thuyết (cơ sở lý thuyết) đã được sử dụng để nghiên cứu: chuỗi giá trị của nhiều tác giả như Kaplinsky (1999), Kaplinsky và Morris (2001), Porter (1985), Gereffi (1994, 1999) và lý thuyết “Liên kết chuỗi giá trị-ValueLinks” (2007) của Eschborn GTZ; mô hình 5 áp lực cạnh tranh của M.Porter; lý thuyết lợi thế so sánh; lợi thế cạnh tranh.

- Những phương pháp phân tích đã được áp dụng: phương pháp thống kê mô tả, phương pháp phân tích kinh tế chuỗi giá trị, phương pháp phân tích lợi ích-chi phí, hàm sản xuất và hàm lợi nhuận Cobb-Douglas phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả tài chính, phân tích bảng chéo (Cross – Tabulation), phân tích màng bao dữ liệu DEA.

- Phương pháp thuận tiện được phần lớn các nghiên cứu sử dụng khi chọn mẫu với tác nhân là nông dân, do không có được số liệu tổng thể. Các tác nhân còn lại trong chuỗi giá trị được chọn theo phương pháp liên kết chuỗi của GTZ (2007).

- Những kết quả nghiên cứu chính: đánh giá được hiệu quả sản xuất lúa của nông dân, tìm ra các nguyên nhân ảnh hưởng đến hiệu quả sản xuất, phân tích và đánh giá được vai trò, hiệu quả kinh tế của các tác nhân tham gia trong chuỗi giá trị sản xuất lúa gạo, đo lường được giá trị gia tăng và sự phân phối giá trị gia tăng đối với mỗi tác nhân, tìm được các yếu tố ảnh hưởng đến giá trị gia tăng của chuỗi giá trị lúa gạo tại thị trường nội địa cũng như chuỗi giá trị lúa gạo xuất khẩu, đề xuất nhóm chiến lược và giải pháp phối hợp với nhau nhằm nâng cao hiệu quả sản xuất, khả năng cạnh tranh và nâng cao chuỗi giá trị ngành hàng lúa gạo của Việt Nam nói chung, ĐBSCL nói riêng, trong đó có tỉnh An Giang.

Tuy nhiên, các nghiên cứu chỉ tập trung vào chuỗi giá trị của nông hộ trồng lúa nói chung mà chưa nghiên cứu chuỗi giá trị của nông hộ nghèo để tìm ra những điểm khác nhau giữa các chuỗi giá trị này. Ngoài ra, phương pháp nghiên cứu về chuỗi được các nghiên cứu này phần lớn là phương pháp định tính.

Điểm mới của luận án

Qua lược khảo các tài liệu, công trình nghiên cứu có liên quan đến tình hình sản xuất và tiêu thụ lúa gạo ở An Giang và các tỉnh trong khu vực ĐBSCL, luận án đã tổng hợp, phân tích, đánh giá các nội dung đã được nghiên cứu và công bố. Trên cơ sở đó, luận án kế thừa phương pháp luận, phương pháp tiếp cận, phương pháp phân tích, khung nghiên cứu làm nền tảng vững chắc cho đề tài được nghiên cứu. Đồng thời, người nghiên cứu cũng định hướng tính khác biệt, tính mới của đề tài. Đó là:

(1) Về đối tượng khảo sát

Luận án tập trung nghiên cứu vào nhóm nông hộ nghèo trồng lúa tham gia chuỗi giá trị gạo tỉnh An Giang (theo tiêu chuẩn hộ nghèo của Việt Nam- Quyết định số 9/2011/QĐ-TTG- áp dụng cho giai đoạn 2011-2015). Khả năng tiếp cận thị trường của nhóm nông hộ nghèo cũng chính là điểm mới của luận án.

(2) Về nội dung

Phân tích đặc điểm, hiệu quả sản xuất của các nhóm nông hộ; phân tích sự đóng góp của giá trị gia tăng đến thu nhập của nông hộ nghèo trồng lúa. Trên cơ sở đó luận án tìm ra điểm nghẽn của chuỗi giá trị gạo có sự tham gia của hộ nghèo.

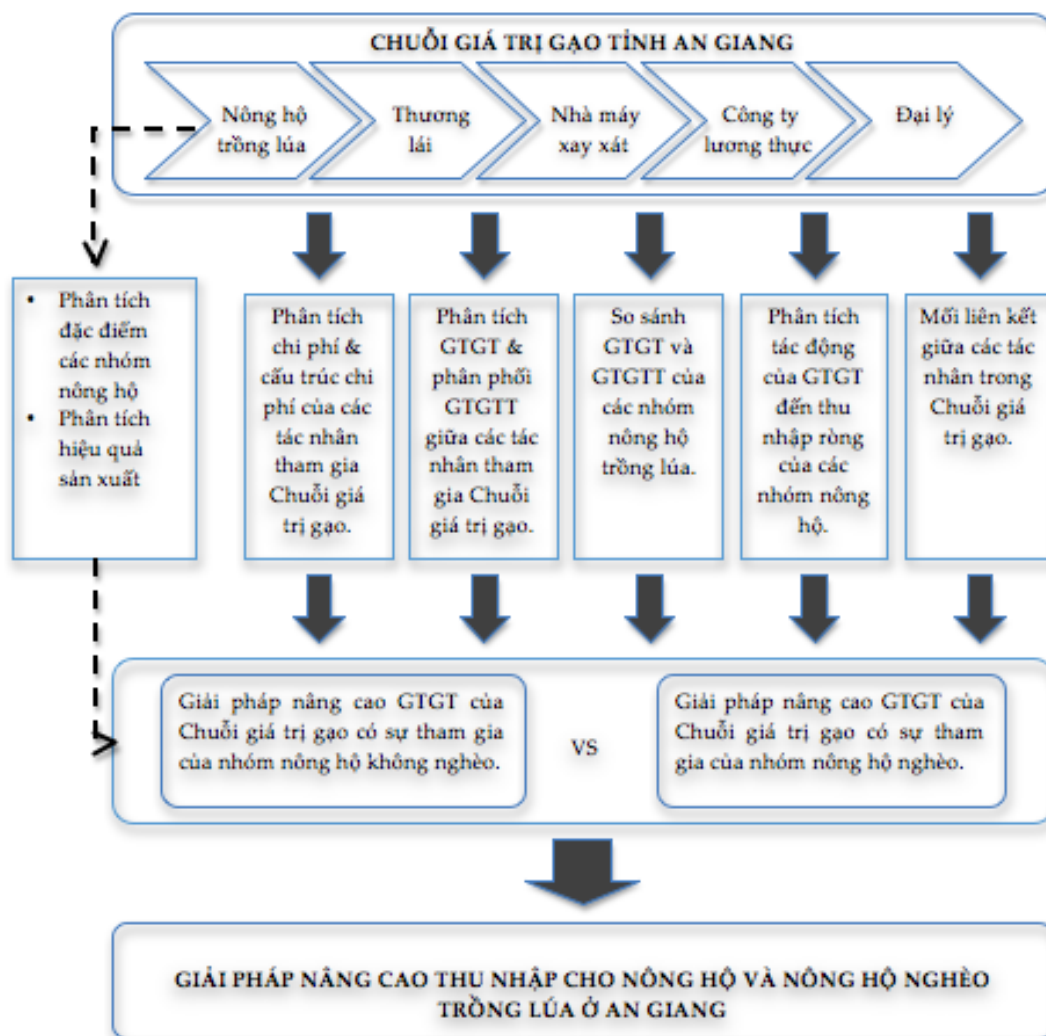
Cấu trúc kênh thị trường, giá trị gia tăng, giá trị gia tăng thuần và sự phân phối các giá trị này đối với nông hộ nghèo được so sánh với các vấn đề tương ứng của nhóm nông hộ không nghèo trồng lúa tại tỉnh An Giang.

(3) Về phương pháp phân tích

Luận án kết hợp phương pháp nghiên cứu định tính và phương pháp nghiên cứu định lượng như: so sánh thống kê các đặc điểm giữa nông hộ nghèo và không nghèo trồng lúa tại tỉnh An Giang, phương pháp bình quân gia quyền khi tính toán các chỉ tiêu kinh tế chuỗi. Hiệu quả kỹ thuật (TE), hiệu quả phân phối (AE), hiệu quả chi phí (CE) khi quy mô không đổi và khi quy mô thay đổi của các nhóm nông hộ được tính toán bằng phương pháp màng bao dữ liệu (DEA). Mô hình hồi quy tuyến tính đa biến được sử dụng nhằm phân tích tác động của các nguồn lực sản xuất đến TE, AE và thu nhập từ trồng lúa của các nhóm nông hộ. Trên cơ sở kết quả phân tích giúp phát hiện điểm nghẽn cần hoàn thiện của chuỗi giá trị gạo tỉnh An Giang với sự tham gia của hộ nghèo trồng lúa.

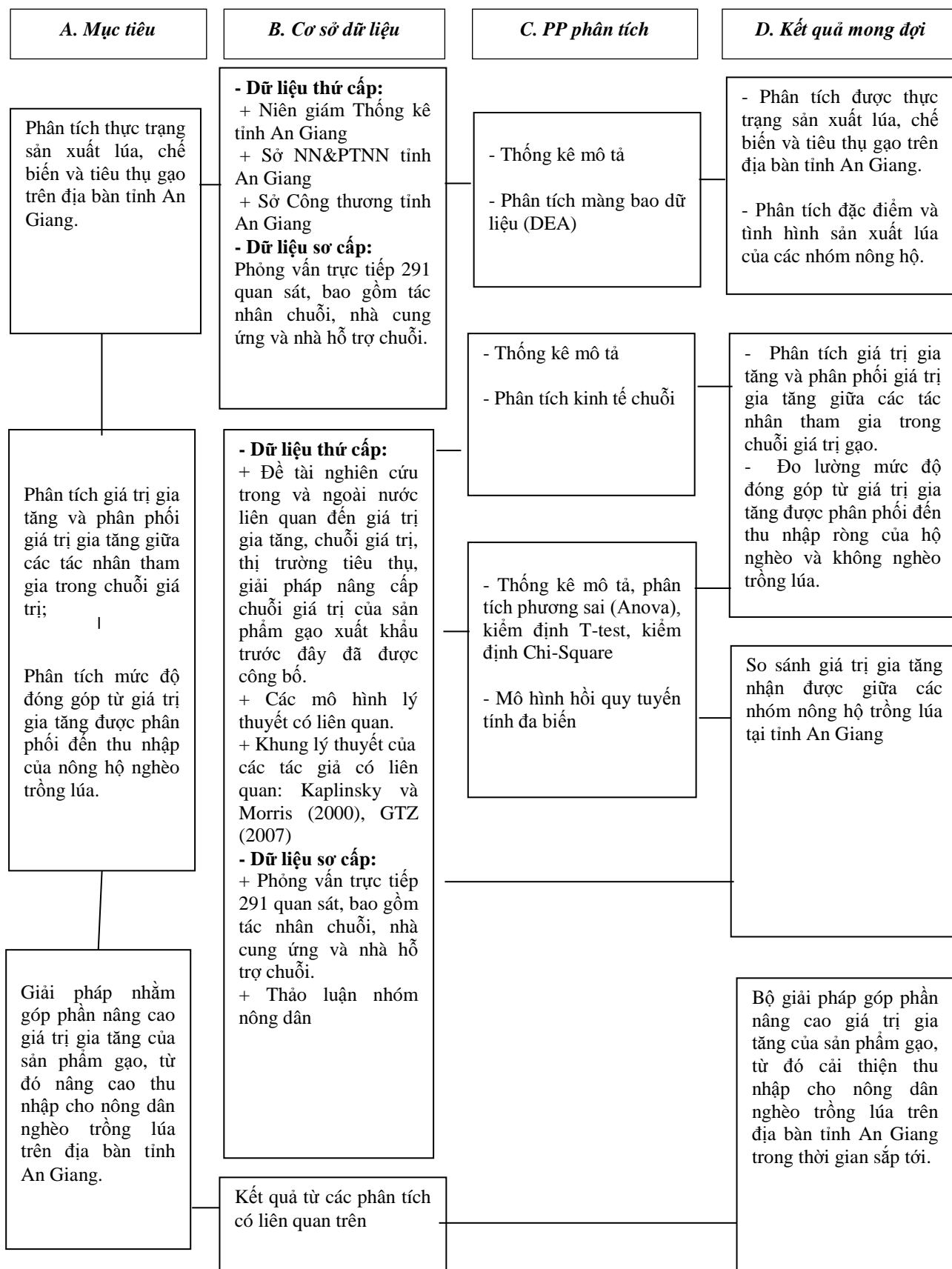
2.8 KHUNG NGHIÊN CỨU

Trên cơ sở vận dụng khung lý thuyết về cách tiếp cận chuỗi giá trị; kết hợp kế thừa các kết quả nghiên cứu của các tác giả trong và ngoài nước; đồng thời dựa trên mục tiêu nghiên cứu, các dữ liệu thứ cấp có liên quan, tác giả đề xuất khung nghiên cứu cho luận án ở hình 2.1 bên dưới.



Nguồn: Đề xuất của tác giả

Hình 2. 1: Khung nghiên cứu



Nguồn: Đề xuất của tác giả

Hình 2. 2: Tiến trình nghiên cứu

Để thực hiện được mục tiêu “Phân tích thực trạng sản xuất lúa, chế biến và tiêu thụ gạo của nông hộ trồng lúa ở tỉnh An Giang”, luận án sử dụng phương pháp thống kê mô tả và phân tích màng bao dữ liệu (DEA). Từ đó, đặc điểm của các nhóm nông hộ, hiệu quả sản xuất của họ được trình bày.

Mục tiêu “Phân tích giá trị gia tăng và phân phối giá trị gia tăng giữa các tác nhân tham gia mỗi chuỗi giá trị gạo” được thực hiện thông qua phương pháp thống kê mô tả và một số công cụ trong bộ công cụ phân tích chuỗi giá trị. Luận án mô tả hoạt động của các tác nhân tham gia chuỗi giá trị gạo tỉnh An Giang, vẽ sơ đồ chuỗi giá trị gạo có sự tham gia của các nhóm nông hộ nghèo và không nghèo để tìm ra sự khác biệt giữa các chuỗi. Đồng thời luận án tiến hành so sánh giá trị gia tăng giữa các nhóm nông hộ trồng lúa dựa trên kết quả tính toán giá trị gia tăng, giá trị gia tăng thuần của các tác nhân trong chuỗi giá trị gạo.

Mô hình hồi quy tuyến tính đa biến được sử dụng để tìm ra mức độ tác động của các yếu tố đến thu nhập từ trồng lúa của nhóm nông hộ nghèo, để từ đó làm cơ sở cho bộ giải pháp nâng cao giá trị gia tăng của toàn chuỗi sản phẩm gạo, đặc biệt góp phần cải thiện thu nhập cho nhóm nông hộ nghèo trồng lúa trên địa bàn tỉnh An Giang.

CHƯƠNG 3

CƠ SỞ LÝ LUẬN VÀ PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Ở chương 3, các nội dung chính được trình bày bao gồm: (i) Cơ sở lý luận về chuỗi giá trị và về nghèo; (ii) Phương pháp nghiên cứu; (iii) Phương pháp phân tích số liệu.

3.1 CƠ SỞ LÝ LUẬN

3.1.1 Cơ sở lý luận về chuỗi giá trị

3.1.1.1 Khái niệm về chuỗi giá trị

Trong thời gian qua, có rất nhiều quan điểm về chuỗi giá trị. Thuật ngữ “chuỗi giá trị” được Michael Porter sử dụng đầu tiên vào năm 1985, trong cuốn “Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance”. Theo Michael Porter (1985), chuỗi giá trị theo nghĩa hẹp là một loạt các hoạt động thực hiện trong một công ty để sản xuất ra một sản phẩm nhất định. Các hoạt động này có thể bao gồm giai đoạn xây dựng khái niệm và thiết kế, quá trình mua vật tư đầu vào, sản xuất, tiếp thị và phân phối, thực hiện các dịch vụ hậu mãi đến người tiêu thụ sản phẩm cuối cùng. Tất cả những hoạt động này trở thành một chuỗi kết nối người sản xuất với người tiêu dùng. Mặt khác, mỗi hoạt động lại bổ sung giá trị cho thành phẩm cuối cùng. Mô hình chuỗi giá trị của Michael Porter gồm hai hoạt động là hoạt động chính và hoạt động hỗ trợ. Khái niệm chuỗi giá trị như một công cụ cơ bản để hình dung và phân tích lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp. Trong khi đó, lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp không thể nhìn chung mà phải đi vào các hoạt động riêng biệt trong những quy trình thiết kế, sản xuất, marketing, giao nhận, hỗ trợ... Chính những yếu tố này mới tạo nên sự khác biệt và chi phí so sánh của doanh nghiệp. Phân tích lợi thế cạnh tranh của doanh nghiệp chính là phân tích các hoạt động của doanh nghiệp và tương tác giữa các hoạt động ấy với chuỗi giá trị làm công cụ phân tích.

Theo FAO (2005), thuật ngữ “chuỗi giá trị” ám chỉ đến tất cả các hoạt động để sản xuất ra một sản phẩm hàng hóa (dịch vụ) và mang sản phẩm (dịch vụ) này đến người tiêu dùng cuối cùng. Chuỗi giá trị liên quan đến các tác nhân trực tiếp hoặc gián tiếp có liên quan đến các công đoạn sản xuất, chế biến và phân phối một sản phẩm. Chuỗi giá trị nông sản liên quan đến các tác nhân trực tiếp như nhà cung ứng vật tư đầu vào, người sản xuất, thương lái địa phương, nhà chế biến, nhà bán sỉ, xuất khẩu và các tác nhân gián tiếp như các

cơ quan tổ chức cung cấp dịch vụ công và khu vực tư nhân. Phân tích chuỗi giá trị bao gồm ba khía cạnh là các tác nhân thực hiện các chức năng chính, các sản phẩm chủ yếu trong chuỗi và hình thức chuyển tải sản phẩm khác nhau theo các tác nhân trong chuỗi. FAO chú trọng hai nội dung trong phân tích chuỗi giá trị là phân tích tài chính và phân tích kinh tế. Đặc biệt tính toán các giá trị gia tăng của sản phẩm thông qua các kênh trong chuỗi cũng là nội dung quan trọng rất được quan tâm.

Kaplinsky và Morris (2001) lại có quan điểm khác khi nói về chuỗi. Nhóm tác giả cho rằng: Chuỗi giá trị của một sản phẩm là hàng loạt hoạt động cần thiết để tạo ra một sản phẩm hoặc dịch vụ bắt đầu từ việc hình thành ý tưởng, thông qua những giai đoạn sản xuất khác nhau, cho tới khâu phân phối sản phẩm để người tiêu dùng cuối cùng và vứt bỏ sau khi đã sử dụng.

Một cách tiếp cận khác về chuỗi giá trị được GTZ đề xuất vào năm 2007. Theo GTZ (2007), chuỗi giá trị là một loạt các hoạt động kinh doanh có quan hệ với nhau từ việc cung cấp các đầu vào cụ thể cho một sản phẩm nào đó, đến sơ chế, chuyển đổi, marketing đến bán sản phẩm cho người tiêu dùng. Chuỗi giá trị theo nghĩa rộng là một tập hợp những hoạt động do nhiều người khác nhau tham gia thực hiện (nhà cung cấp đầu vào, người thu gom, nhà chế biến, công ty, người bán sỉ, người bán lẻ...) để sản xuất ra một sản phẩm sau đó bán cho người tiêu dùng trong nước và xuất khẩu (phương pháp tiếp cận toàn cầu). Phân tích kinh tế chuỗi giá trị sẽ bao gồm các nội dung đánh giá về: (1) Tổng giá trị gia tăng tạo ra bởi chuỗi giá trị và tỷ trọng đóng góp của các giai đoạn khác nhau; (2) Chi phí sản xuất và marketing tại mỗi giai đoạn trong chuỗi, cấu trúc của chi phí trong các giai đoạn của chuỗi; và (3) Kết quả kinh tế của các tác nhân.

Võ Thị Thanh Lộc (2013) cho rằng, chuỗi giá trị theo nghĩa hẹp là một chuỗi giá trị gồm một loạt các hoạt động thực hiện trong một công ty để sản xuất ra một sản phẩm nhất định. Các hoạt động này có thể bao gồm giai đoạn xây dựng khái niệm và thiết kế, quá trình mua vật tư đầu vào, sản xuất, tiếp thị và phân phối... Tất cả những hoạt động này sẽ tạo thành một chuỗi liên kết nhà sản xuất với người tiêu dùng. Bên cạnh đó, chuỗi giá trị theo nghĩa rộng là một tập hợp những hoạt động do nhiều người khác nhau tham gia thực hiện (nhà cung cấp đầu vào, người thu gom, nhà chế biến, công ty, người bán sỉ, người bán lẻ...) để sản xuất ra một sản phẩm sau đó bán cho người tiêu dùng trong nước và xuất khẩu.

Tiếp cận chuỗi giá trị được áp dụng phổ biến trong phân tích sản phẩm nông nghiệp. Ở các nước đang phát triển, các nghiên cứu về hỗ trợ sản xuất

đầu vào của nông nghiệp như giống, phân bón và thủy lợi thường được quan tâm nhiều hơn. Cách tiếp cận chuỗi giá trị giúp cho chúng ta có cái nhìn tổng thể về chu trình vận động của sản phẩm qua các khâu khác nhau đến khi tới tận tay người tiêu dùng. Trên thế giới có nhiều cách tiếp cận chuỗi giá trị khác nhau nhưng theo Kaplinsky và Morris (2001) thì không có cách nào chuẩn nhất do chuỗi giá trị hiện nay rất phức tạp, có nhiều trung gian và một hộ sản xuất hay một doanh nghiệp có thể tham gia nhiều chuỗi giá trị khác nhau. Thêm vào đó, phương pháp phân tích chuỗi giá trị sẽ phụ thuộc vào câu hỏi nghiên cứu và đặc điểm nghiên cứu của sản phẩm. Người vận hành chuỗi là các doanh nghiệp thực hiện những chức năng cơ bản của chuỗi giá trị điển hình có thể kể đến là các nhà vườn, các doanh nghiệp nhỏ và vừa, các công ty công nghiệp, các nhà xuất khẩu, các nhà bán buôn và bán lẻ. Điểm chung của các đối tượng này là tại một khâu nào đó trong chuỗi giá trị, họ sẽ trở thành người chủ sở hữu của sản phẩm có thể là nguyên liệu thô, bán thành phẩm hay thành phẩm. Bên cạnh người vận hành, tham gia vào chuỗi còn có sự hỗ trợ của các nhà hỗ trợ chuỗi. Họ là những người tạo điều kiện giúp chuỗi phát triển như: chính quyền địa phương các cấp; viện/trường và các dịch vụ hỗ trợ đại diện cho các lợi ích chung của các chủ thể trong chuỗi.

Như vậy, có nhiều quan điểm về chuỗi giá trị của nhiều tác giả. Do sản phẩm lúa gạo được nghiên cứu có liên quan đến người nghèo nên luận án chọn cách tiếp cận chuỗi giá trị theo tác giả Kaplinsky và Morris (2001), lý thuyết “ValueLinks” của GTZ (2007) và M4P (2007). Trong phạm vi nghiên cứu của luận án, chuỗi giá trị được hiểu theo nghĩa rộng.

3.1.1.2 Phương pháp nghiên cứu về chuỗi giá trị

◆ Phương pháp nghiên cứu định tính

Là nghiên cứu nhằm phát hiện hoặc đề xuất các luận điểm khoa học mà không sử dụng các công cụ thống kê toán, kinh tế lượng, hay công cụ có thể giúp lượng hóa mối quan hệ giữa các nhân tố.

Luận án sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính nhằm đạt các mục tiêu: Giúp hiểu sâu hơn bản chất của vấn đề; giúp kiểm định sơ bộ sự phù hợp của mô hình; giúp giải thích cho các kết quả nghiên cứu định lượng. Các phương pháp thu thập dữ liệu định tính được sử dụng bao gồm phương pháp phỏng vấn, thảo luận nhóm.

◆ Phương pháp nghiên cứu định lượng

Là quá trình lượng hóa mối quan hệ giữa các nhân tố thông qua việc sử dụng các công cụ thống kê toán, kinh tế lượng, hoặc toán học đơn thuần. Nói

cách khác, đó là quá trình xác định hệ số tương quan của các nhân tố và kiểm định liệu hệ số đó có thực sự khác 0 với một mức ý nghĩa thống kê phù hợp (thường là mức sai số dưới 5%).

Các công cụ phân tích định lượng đã được sử dụng trong luận án là: thống kê mô tả, so sánh nhóm (pair-sample t-test, Anova...), hồi quy.

3.1.1.3 Bộ công cụ phân tích chuỗi giá trị

Theo Võ Thị Thanh Lộc và Nguyễn Phú Sơn (2013), phân tích chuỗi giá trị mô tả hệ thống kinh tế được tổ chức xoay quanh các thị trường sản phẩm cụ thể. Phân tích chuỗi giá trị bao gồm 9 công cụ: (1) Lựa chọn chuỗi giá trị để phân tích, (2) Vẽ sơ đồ chuỗi giá trị, (3) Phân tích kinh tế chuỗi giá trị, (4) Phân tích hậu cần chuỗi, (5) Phân tích rủi ro, (6) Phân tích các chính sách có liên quan, (7) Phân tích SWOT, (8) Phân tích lợi thế cạnh tranh, và (9) Chiến lược nâng cấp chuỗi.

Trong phạm vi nghiên cứu, luận án tập trung sử dụng các công cụ sau:

■ *Phương pháp lựa chọn chuỗi giá trị để phân tích chuỗi giá trị gạo (công cụ 1)*

Trồng lúa là nghề truyền thống tại địa phương và An Giang là một trong những tỉnh có diện tích lúa, sản lượng, năng suất cao nhất nhì trong vùng ĐBSCL. Sau gần 40 năm (1975 – 2013), diện tích gieo trồng lúa hàng năm của tỉnh An Giang đã tăng gấp 3 lần, từ 210 ngàn ha (năm 1975) lên 628 ngàn ha (năm 2013). Riêng giai đoạn năm 2000 – 2013, tăng bình quân gần 16 ngàn ha/năm. Hiện nay hệ số sử dụng đất lúa là 2,43 lần (hệ số bình quân của cả nước là 1,92 lần). Năng suất lúa tăng bình quân 2,95%/năm thời kỳ 1976 – 2013, từ 2,2 tấn/ha (1975) lên 6,3 tấn/ha (2013); hiện cao gấp 1,15 lần so với năng suất lúa bình quân của cả nước (Việt Nam là 5,5 tấn/ha). Từ năm 2010 đến nay, tỉnh ổn định diện tích sản xuất lúa trên dưới 600 ngàn ha, sản lượng trên dưới 3,8 triệu (đứng hàng thứ 2 trong vùng ĐBSCL, sau tỉnh Kiên Giang), đảm bảo an ninh lương thực và cung cấp lượng lúa hàng hóa rất lớn cho thị trường trong nước và xuất khẩu. Bên cạnh đó, đẩy mạnh sản xuất lúa, phát triển vùng nguyên liệu, chú trọng xuất khẩu gạo theo hướng nâng cao giá trị gia tăng, phát triển bền vững là những chiến lược đã và đang được chính quyền tỉnh An Giang, Bộ NN&PTNT chú trọng phát triển nên luận án chọn chuỗi giá trị gạo nghiên cứu.

■ *Vẽ bản đồ và mô tả chuỗi giá trị gạo (công cụ 2)*

Công cụ 2 được sử dụng nhằm mô tả bức tranh chung về sự kết nối, sự phụ thuộc và sự hiểu biết lẫn nhau giữa các tác nhân và quy trình vận hành trong chuỗi giá trị gạo ở tỉnh An Giang.

Vẽ sơ đồ chuỗi: xây dựng sơ đồ có thể quan sát bằng mắt thường về hệ thống chuỗi giá trị của sản phẩm gạo. Trong sơ đồ mô tả các hoạt động kinh doanh còn được gọi là chức năng chuỗi thông qua hướng đi của các mũi tên rộng. Sơ đồ cũng mô tả các tác nhân tham gia chuỗi. Các tác nhân này được đặt chính xác dưới các chức năng để chỉ rõ mối quan hệ tương thích giữa các chức năng của chuỗi và các nhóm tác nhân chuỗi khác nhau. Trong sơ đồ cũng thể hiện các tổ chức hỗ trợ trong một khâu hay nhiều khâu của chuỗi giá trị.

Mô tả và lượng hóa chi tiết chuỗi giá trị: xác định các con số kèm theo kênh thị trường chuỗi giá trị.

■ ***Phân tích kinh tế chuỗi giá trị gạo (công cụ 3)***

Mục tiêu của công cụ này nhằm xác định lợi ích và chi phí của mỗi tác nhân và trong toàn chuỗi giá trị gạo.

Để đảm bảo cách tính toán thống nhất giữa các khâu trong chuỗi, khi phân tích kinh tế chuỗi giá trị gạo, sản phẩm tính kinh tế chuỗi được quy đổi thành gạo để tính cho tất cả các khâu theo tỷ lệ phù hợp.

Phân tích kinh tế chuỗi giá trị bao gồm:

- Phân tích tình hình chi phí, cấu trúc chi phí tại mỗi tác nhân tham gia chuỗi;
- Phân tích giá trị đạt được của từng tác nhân tham gia vận hành trong chuỗi giá trị;
- Phân tích toàn bộ giá trị tăng thêm được tạo ra trên toàn chuỗi giá trị và tỷ trọng của giá trị tăng thêm tại các khâu khác nhau trong chuỗi;
- Phân tích năng lực của các tác nhân tham gia chuỗi (về quy mô, năng lực sản xuất, lợi nhuận...)

■ ***Phân tích rủi ro (công cụ 5)***

Công cụ này được sử dụng nhằm hạn chế rủi ro và nâng cao chất lượng, số lượng và giá trị gia tăng trong mỗi tác nhân và trong toàn chuỗi. Trong chuỗi cung ứng sản phẩm nông nghiệp có các loại rủi ro như: (1) rủi ro do thời tiết, khí hậu; (2) rủi ro do thảm họa thiên nhiên; (3) rủi ro liên quan đến sinh học và môi trường; (4) rủi ro liên quan đến thị trường; (5) rủi ro liên quan đến cơ sở hạ tầng và hậu cần; (6) rủi ro liên quan đến hoạt động và quản lý; (7) rủi ro liên quan đến chính sách và thể chế; (8) rủi ro liên quan đến chính trị. Thông thường, nếu cố định rủi ro (8) thì có 7 loại rủi ro trong chuỗi cung ứng sản phẩm. Rủi ro và quản lý rủi ro của mỗi tác nhân được đánh giá theo 3 mức độ: cao, trung bình và thấp. (Võ Thị Thanh Lộc và Nguyễn Phú Sơn, 2013).

3.1.1.4 Liên kết ngang và liên kết dọc trong chuỗi giá trị

Liên kết ngang còn gọi là sự hợp tác theo chiều ngang là liên kết giữa các tác nhân/nhà vận hành hoạt động tại cùng một khâu trong chuỗi. Ví dụ hợp tác giữa nông dân với nông dân để thành lập tổ hợp tác, hợp tác xã hay câu lạc bộ sản xuất (cấp vi mô; liên minh hợp tác xã, hiệp hội nông dân tỉnh (cấp trung); hiệp hội lương thực Việt Nam (cấp vĩ mô). Liên kết ngang của 3 cấp trên có vai trò hỗ trợ rất khác nhau về tính chất, quy mô, tài chính, luật pháp và các vấn đề liên quan đến chính sách hỗ trợ.

Liên kết dọc còn gọi là liên kết kinh doanh theo chiều dọc là liên kết giữa các tác nhân tham gia chuỗi giá trị. Ví dụ: nông hộ/tổ hợp tác/hợp tác xã liên kết với doanh nghiệp thông qua hợp đồng tiêu thụ sản phẩm. Liên kết dọc kết nối với nhau bằng các hợp đồng. (Võ Thị Thanh Lộc và Nguyễn Phú Sơn, 2013).

3.1.1.5 Khái niệm về giá trị gia tăng

Trong kinh tế học, giá trị gia tăng dùng để chỉ phần đóng góp của các yếu tố đầu vào như lao động, đất đai, nguyên vật liệu v.v.. vào trong quá trình tăng thêm giá trị của một sản phẩm và ứng với các mức thu nhập nhận được của người sở hữu những yếu tố trên. Theo các nhà kinh tế học, phương pháp tính giá trị gia tăng đơn giản nhất là lấy giá trị đầu ra trừ đi giá trị đầu vào.

Trong lĩnh vực công nghiệp, giá trị gia tăng của một công ty hoặc của một ngành là tổng doanh thu của công ty hay của ngành công nghiệp đó (bao gồm cả doanh thu và các khoản thu nhập khác, thuế hàng hóa, thay đổi hàng tồn kho) trừ đi các khoản chi phí cho hàng hóa và dịch vụ được mua từ các công ty khác (nhà cung cấp). Ngoài ra, tổng giá trị gia tăng của một công ty được phân phối cho các khoản lương, trợ cấp, phúc lợi, khấu hao cơ bản, chi phí thuê dịch vụ, chi phí thuế và lợi nhuận còn lại. Nói cách khác, giá trị gia tăng và lợi nhuận là không giống nhau (David K. Lambert et al, 2006).

Trong nông nghiệp, khái niệm giá trị gia tăng thường gắn liền với chuỗi giá trị của sản phẩm và các tác nhân tham gia trong chuỗi giá trị. Theo đó, giá trị gia tăng được xem là sự khác biệt giữa giá trị sản xuất và chi phí trung gian (FAO, 2007; GTZ, 2007; Krell, 1996). Giá trị gia tăng có thể được thể hiện ở mỗi giai đoạn khác nhau trong chuỗi giá trị, như là tổng số tiền cho các khoản thuế, chi phí vốn, chi phí lao động, các khoản khấu hao,... Giá trị gia tăng đơn vị sản phẩm của một tác nhân trong chuỗi là chênh lệch giữa giá bán sản phẩm và giá của yếu tố đầu vào mua từ những tác nhân khác ở công đoạn trước, và chi phí hàng hóa trung gian mua từ những nhà cung cấp khác không phải là tác nhân trong chuỗi. (FAO, 2007).

3.1.2 Cơ sở lý luận về nghèo

3.1.2.1 Quan niệm về nghèo

Nghèo: diễn tả sự thiếu cơ hội để có thể sống một cuộc sống tương ứng với các tiêu chuẩn tối thiểu nhất định. Thước đo các tiêu chuẩn này và các nguyên nhân dẫn đến nghèo nàn thay đổi tùy theo địa phương và theo thời gian. Tổ chức Y tế Thế giới (WHO) định nghĩa nghèo theo thu nhập. Theo đó một người là nghèo khi thu nhập hàng năm ít hơn một nửa mức thu nhập bình quân trên đầu người hàng năm (Per Capita Income, PCI) của quốc gia.

Hội nghị về chống nghèo ở khu vực Châu Á-Thái Bình Dương do ESCAP tổ chức tháng 9-1993 tại Bangkok, Thái Lan đã đưa ra định nghĩa về nghèo như sau: ‘‘Nghèo là một bộ phận dân cư không được hưởng và thỏa mãn những nhu cầu cơ bản của con người, mà những nhu cầu này đã được xã hội thừa nhận tùy theo trình độ phát triển kinh tế-xã hội, phong tục, tập quán của địa phương’’.

Nhà kinh tế học Mỹ Galbraith cũng quan niệm: "Con người bị coi là nghèo khổ khi mà thu nhập của họ, ngay dù thích đáng để họ có thể tồn tại, rơi xuống rõ rệt dưới mức thu nhập cộng đồng. Khi đó họ không thể có những gì mà đa số trong cộng đồng coi như cái cần thiết tối thiểu để sống một cách đúng mực."

Hội nghị thượng đỉnh thế giới về phát triển xã hội (1995) tại Copenhagen, Đan Mạch đưa định nghĩa về nghèo: "Người nghèo là tất cả những ai mà thu nhập thấp hơn dưới một dollar mỗi ngày cho mỗi người, số tiền được coi như đủ để mua những sản phẩm cần thiết để tồn tại."

Còn nhóm nghiên cứu của UNDP, UNFPA, UNICEF trong công trình "Xoá đói giảm nghèo ở Việt Nam-1995" đã đưa ra định nghĩa: "Nghèo là tình trạng thiếu khả năng trong việc tham gia vào đời sống quốc gia, nhất là tham gia vào lĩnh vực kinh tế."

3.1.2.2 Khái niệm “Ngưỡng nghèo”

Ngưỡng nghèo hay mức nghèo, là mức chi dùng tối thiểu, được xác định như tổng số tiền chi cho giỏ hàng tiêu dùng trong thời hạn nhất định, bao gồm một lượng tối thiểu lương thực thực phẩm và đồ dùng cá nhân, cần thiết để bảo đảm cuộc sống và sức khỏe một người ở tuổi trưởng thành, và các khoản chi bắt buộc khác. Người ở ngưỡng nghèo là người có tổng thu nhập tương đương với tổng chi dùng tối thiểu đó.

Nhiều nước trên thế giới ấn định ngưỡng nghèo thành một điều luật. Ở các nước phát triển ngưỡng nghèo cao hơn đáng kể so với các nước đang phát triển. Hầu như mọi xã hội đều có các công dân đang sống nghèo khổ.

Ngân hàng thế giới sau nhiều cuộc điều tra trên toàn cầu đã đưa ra ngưỡng nghèo chung (theo phương pháp sức mua tương đương). Đối với các nước thu nhập thấp: <1 dollar/người/ngày. Đối với các nước thu nhập trung bình thấp: <2 dollar/người/ngày.

3.1.2.3 Tỷ lệ nghèo của xã hội

Ngưỡng nghèo là công cụ để đo tỷ lệ nghèo trong xã hội – một chỉ số quan trọng phản ánh mức sống của xã hội về mặt thu nhập cá nhân. Tỷ lệ nghèo là tỷ lệ số hộ có thu nhập dưới hoặc bằng chuẩn nghèo đối với toàn bộ số hộ trong quốc gia.

Các cải cách kinh tế-xã hội như phúc lợi xã hội và bảo hiểm thất nghiệp được tiến hành dựa trên những phản ánh của các chỉ số như ngưỡng nghèo và tỷ lệ nghèo.

3.1.2.4 Nghèo tuyệt đối và nghèo tương đối

Nghèo tuyệt đối: Để có một cái nhìn tổng quan về các vấn đề của các nước đang phát triển, Robert McNamara, khi là giám đốc của Ngân hàng Thế giới (WB), đã đưa ra khái niệm nghèo tuyệt đối. Ông định nghĩa khái niệm nghèo tuyệt đối như sau: "Nghèo ở mức độ tuyệt đối là sống ở ranh giới ngoài cùng của tồn tại. Những người nghèo tuyệt đối là những người phải đấu tranh để sinh tồn trong các thiếu thốn tồi tệ và trong tình trạng bỏ bê và mất phẩm cách vượt quá sức tưởng tượng mang dấu ấn của cảnh ngộ may mắn của giới trí thức chúng ta."

Ngân hàng Thế giới xem thu nhập 1 dollar Mỹ/ngày theo sức mua tương đương của địa phương để thỏa mãn nhu cầu sống như là chuẩn tổng quát cho nạn nghèo tuyệt đối. Trong những bước sau đó các giá trị ranh giới nghèo tuyệt đối (chuẩn) cho từng địa phương hay từng vùng được xác định, từ 2 dollar cho khu vực Mỹ La tinh và Carribean đến 4 dollar cho những nước Đông Âu cho đến 14,40 dollar cho những nước công nghiệp. (Chương trình Phát triển Liên Hiệp Quốc, 1997).

Hội nghị bàn về giảm nghèo đói ở khu vực Châu Á – Thái Bình Dương (1993) đã định nghĩa: "Nghèo tuyệt đối là tình trạng một bộ phận dân cư không được hưởng và thỏa mãn những nhu cầu cơ bản của con người mà những nhu cầu này đã được xã hội thừa nhận tùy theo trình độ phát triển kinh tế và phong tục tập quán của địa phương."

Nghèo tương đối: Trong những xã hội được gọi là thịnh vượng, nghèo được định nghĩa dựa vào hoàn cảnh xã hội của cá nhân. Nghèo tương đối có thể được xem như là việc cung cấp không đầy đủ các tiềm lực vật chất và phi vật chất cho những người thuộc về một số tầng lớp xã hội nhất định so với sự sung túc của xã hội đó.

Nghèo tương đối có thể là khách quan, tức là sự hiện hữu không phụ thuộc vào cảm nhận của những người trong cuộc. Người ta gọi là nghèo tương đối chủ quan khi những người trong cuộc cảm thấy nghèo không phụ thuộc vào sự xác định khách quan. Bên cạnh việc thiếu sự cung cấp vật chất (tương đối), việc thiếu thôn tài nguyên phi vật chất ngày càng có tầm quan trọng hơn. Việc nghèo đi về văn hóa- xã hội, thiếu tham gia vào cuộc sống xã hội do thiếu hụt tài chính một phần được các nhà xã hội học xem như là một thách thức xã hội nghiêm trọng.

3.1.2.5 Nghèo đơn chiều và nghèo đa chiều

Nghèo đơn chiều: Ở Việt Nam, qua nhiều thập niên, cách đo lường và đánh giá nghèo chủ yếu thông qua thu nhập. Chuẩn nghèo được xác định dựa trên mức chi tiêu đáp ứng những nhu cầu tối thiểu và được quy thành tiền. Nếu người có thu nhập thấp dưới mức chuẩn nghèo thì được đánh giá thuộc diện hộ nghèo. Đây chính là chuẩn nghèo đơn chiều do Chính phủ quy định. Trên thực tế, nhiều hộ dân thoát nghèo nhưng mức thu nhập vẫn nằm cận chuẩn nghèo, do đó số lượng hộ cận nghèo vẫn rất lớn, tỷ lệ tái nghèo còn cao, hàng năm cứ 3 hộ thoát nghèo thì lại có 1 hộ trong số đó tái nghèo. (Đặng Nguyên Anh, 2016).

Nghèo đa chiều: Theo Tổ chức Liên hợp quốc (2008): "Nghèo là thiếu năng lực tối thiểu để tham gia hiệu quả vào các hoạt động xã hội. Nghèo có nghĩa là không có đủ ăn, đủ mặc, không được đi học, không được khám chữa bệnh, không có đất đai để trồng trọt hoặc không có nghề nghiệp để nuôi sống bản thân, không được tiếp cận tín dụng. Nghèo cũng có nghĩa là không an toàn, không có quyền, và bị loại trừ, dễ bị bạo hành, phải sống trong các điều kiện rủi ro, không tiếp cận được nước sạch và công trình vệ sinh".

Vấn đề nghèo đa chiều có thể đo bằng tiêu chí thu nhập và các tiêu chí phi thu nhập. Sự thiếu hụt cơ hội, đi kèm với tình trạng suy dinh dưỡng, thất học, bệnh tật, bất hạnh và tuyệt vọng là những nội dung được quan tâm trong khái niệm nghèo đa chiều. Thiếu đi sự tham gia và tiếng nói về kinh tế, xã hội hay chính trị sẽ đẩy các cá nhân đến tình trạng bị loại trừ, không được thụ hưởng các lợi ích phát triển kinh tế - xã hội và do vậy bị tước đi các quyền con người cơ bản. (Đặng Nguyên Anh, 2016).

3.1.2.6 Chuẩn nghèo tại Việt Nam

Tại Việt Nam ngưỡng nghèo được đánh giá thông qua chuẩn nghèo, dựa trên các tính toán của các cơ quan chức năng như Tổng cục Thống kê hay Bộ Lao động-Thương binh và Xã hội (MOLISA).

Chuẩn nghèo theo Tổng cục Thống kê được xác định dựa trên cách tiếp cận của Ngân hàng Thế giới gồm hai mức:

- * Nghèo lương thực thực phẩm: tổng chi dùng chỉ tính riêng cho phần lương thực thực phẩm, làm sao để đảm bảo lượng dinh dưỡng tối thiểu cho một người là 2.100 kcal/ngày đêm;

- * Nghèo chung: tổng chi dùng cho cả giỏ hàng tiêu dùng tối thiểu, được xác định bằng cách ước lượng tỷ lệ: 70% chi dùng dành cho lương thực thực phẩm, 30% cho các khoản còn lại.

Báo cáo “Đánh giá nghèo Việt Nam” của Ngân hàng thế giới (2010) nhận định: Chuẩn nghèo theo nhu cầu cơ bản của Việt Nam rất thấp so với chuẩn quốc tế và không còn phù hợp với một Việt Nam đang vươn lên thành nước có thu nhập trung bình trong giai đoạn hiện nay. Chuẩn nghèo giai đoạn 2010-2015 ở Việt Nam là chuẩn nghèo đơn chiều.

3.1.2.7 Hộ nghèo của Việt Nam

Theo Quyết định số 9/2011/QĐ-TTG của Thủ tướng Chính phủ về việc ban hành chuẩn hộ nghèo, hộ cận nghèo áp dụng cho giai đoạn 2011-2015: Hộ nghèo ở nông thôn là hộ có mức thu nhập bình quân từ 400.000 đồng/người/tháng (từ 4.800.000 đồng/người/năm) trở xuống. Hộ nghèo ở thành thị là hộ có mức thu nhập bình quân từ 500.000 đồng/người/tháng (từ 6.000.000 đồng/người/năm) trở xuống.

Những hộ gia đình có hộ khẩu thường trú tại địa phương, nhưng không sống tại địa phương từ 6 tháng trở lên sẽ không được đưa vào điều tra; hộ gia đình di cư đến sống tại địa phương từ 6 tháng trở lên sẽ được đưa vào điều tra.

Theo VHLSS 2012, tỷ lệ hộ nghèo 2012 tính theo chuẩn nghèo của Chính phủ giai đoạn 2011-2015 được cập nhật theo chỉ số giá tiêu dùng như sau: Năm 2012 là 530 nghìn đồng 1 người 1 tháng đối với khu vực nông thôn và 660 nghìn đồng 1 người 1 tháng đối với khu vực thành thị¹.

¹ VHLSS 2012, trang 336

3.2 PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

3.2.1 Phương pháp chọn vùng nghiên cứu

Căn cứ vào tiêu chí diện tích lúa trong năm 2013, luận án lựa chọn các huyện Thoại Sơn (chiếm 16,6%), Tri Tôn (chiếm 16,3%), Châu Phú (chiếm 15,8%), Châu Thành (chiếm 12,8%), Chợ Mới (chiếm 7,4%) và Tịnh Biên (chiếm 6,7%) làm địa bàn chính để nghiên cứu, vì các địa phương này chiếm tỷ trọng lớn trong tổng diện tích sản xuất lúa lớn của toàn tỉnh. Nghiên cứu không lựa chọn huyện Phú Tân dù diện tích sản xuất lúa ở đây chiếm 9,3% trong tổng diện tích lúa vì đây là vùng chuyên canh nếp.

Khi sử dụng tiêu chí địa phương có tỷ lệ hộ nghèo cao, luận án chọn địa bàn nghiên cứu tại các huyện Tri Tôn, Tịnh Biên, An Phú, Châu Phú, Châu Thành và Phú Tân.

Bảng 3.1: Cơ cấu diện tích lúa và tỷ lệ hộ nghèo các địa phương tỉnh An Giang năm 2013

Chỉ tiêu	Diện tích lúa (ha)		Tỷ lệ hộ nghèo (%)	Thứ tự tỷ lệ hộ nghèo cao
	Diện tích (ha)	Tỷ lệ (%)		
AN GIANG	641.340	100,0	4,96	
Thoại Sơn	106.543	16,6	3,81	7
Tri Tôn	104.318	16,3	14,38	1
Châu Phú	101.282	15,8	4,78	4
Châu Thành	82.225	12,8	4,55	5
Phú Tân	59.727	9,3	4,08	6
Chợ Mới	47.361	7,4	2,87	9
Tịnh Biên	42.932	6,7	12,98	2
An Phú	34.509	5,4	9,46	3
Tân Châu	31.102	4,9	2,90	8
Châu Đốc	19.637	3,1	0,95	11
Long Xuyên	11.704	1,7	1,46	10

Nguồn: Niêm giám thống kê An Giang, Sở Lao động-Thương binh và Xã hội, năm 2014

Như vậy, khi kết hợp các tiêu chí: diện tích sản xuất lúa lớn, tỷ lệ hộ nghèo cao, đặc điểm tự nhiên để chọn vùng nghiên cứu, các huyện Tri Tôn, Tịnh Biên, Châu Phú, Châu Thành và Chợ Mới được chọn làm vùng đại diện nghiên cứu vì đáp ứng được các tiêu chí đề ra.

Luận án đã không chọn huyện Thoại Sơn nghiên cứu dù đây là địa phương có diện tích sản xuất lúa lớn nhất tỉnh và tỷ lệ hộ nghèo cao xếp thứ 7. Nguyên nhân do huyện Thoại Sơn có đặc điểm tự nhiên thuận lợi cho sản xuất lúa và các điều kiện tự nhiên tương đồng với các huyện Châu Phú, Châu Thành đã được chọn. Huyện Chợ Mới- là huyện cù lao- được chọn nghiên cứu thay huyện Thoại Sơn nhằm đa dạng điều kiện tự nhiên trong quá trình canh tác lúa của nông hộ tại tỉnh An Giang.

3.2.2 Cỡ mẫu và cơ cấu quan sát mẫu

Luận án đã tiến hành khảo sát 7 mẫu gồm các tác nhân tham gia chuỗi giá trị gạo, các nhà hỗ trợ và dịch vụ hỗ trợ. Số quan sát trong mỗi mẫu được trình bày trong Bảng 3.2. Các quan sát được chọn nghiên cứu bằng các phương pháp sau:

■ *Phương pháp phân tầng, thuận tiện*

Đầu tiên, luận án sử dụng các tiêu chí diện tích trồng lúa lớn và tỷ lệ hộ nghèo cao để tiến hành phân tầng địa bàn khảo sát. Sau đó, căn cứ vào danh sách hộ nghèo tại địa phương và thông tin của cán bộ nông nghiệp, luận án chọn nông hộ trồng lúa theo các nhóm nghèo, không nghèo.

Phương pháp chọn mẫu thuận tiện được sử dụng để chọn 250 nông hộ trồng lúa tại 5 huyện (Tri Tôn, Tịnh Biên, Châu Phú, Châu Thành và Chợ Mới), do việc xác định tổng thể các hộ nông dân trồng lúa, đặc biệt là các hộ nghèo ở tỉnh An Giang là gần như không xác định được. Từ đó, công tác thiết lập danh sách khung mẫu cũng không thể thực hiện được khi tiến hành thực tế.

Bảng 3.2: Cỡ mẫu và cơ cấu quan sát mẫu

TT	Đối tượng	Số quan sát	Phương pháp thu thập dữ liệu
1	Đại lý/ Cửa hàng VTNN	5	Phương pháp theo liên kết chuỗi của GTZ (2007)
2	Cơ sở sản xuất giống	5	Phương pháp theo liên kết chuỗi của GTZ (2007)
3	Nông hộ trồng lúa	250	Phương pháp phi ngẫu nhiên (thuận tiện)
4	Thương lái	14	Phương pháp theo liên kết chuỗi của GTZ (2007)
5	Nhà máy xay xát	5	Phương pháp theo liên kết chuỗi của GTZ (2007)
6	Công ty lương thực xuất khẩu	4	Phương pháp theo liên kết chuỗi của GTZ (2007)
7	Đại lý gạo	8	Phương pháp theo liên kết chuỗi của GTZ (2007)
Tổng cộng		291	

Nguồn: Tác giả, năm 2014

Trong mẫu nghiên cứu nông hộ có 70 nông hộ nghèo và 180 nông hộ không nghèo được khảo sát. Năm 2013, An Giang có 27 ngàn hộ nghèo, trong đó có khoảng 10% nông hộ sản xuất lúa (Niên giám Thống kê An Giang, 2014). Tuy nhiên, do luận án nghiên cứu về chuỗi giá trị nên phải chọn khảo sát những hộ nghèo sản xuất lúa và có bán lúa sau khi thu hoạch nhằm đảm bảo tiêu chí nông hộ nghèo thực hiện chức năng sản xuất trong chuỗi. Điều kiện này đã hạn chế số lượng nông hộ nghèo trồng lúa được nghiên cứu của

luận án. Từ đó, tỷ lệ hộ nghèo thấp (chiếm 28%) trong tổng 250 quan sát của mẫu nông hộ trồng lúa đã làm hạn chế mức độ khái quát hóa kết quả nghiên cứu của luận án. Số nông hộ không nghèo được chọn phỏng vấn gấp đôi số nông hộ nghèo và cùng khu vực có đặc điểm sinh thái nông nghiệp tương đồng với nhóm nông hộ nghèo.

Bảng 3.3: Cơ cấu quan sát nông hộ trồng lúa phân theo huyện, xã

Huyện	Xã	Không nghèo	Nghèo	Tổng
Chợ Mới	Kiến An	8	5	13
	Kiến Thành	8	4	12
Châu Thành	Vĩnh An	15	5	20
	Vĩnh Bình	30	4	34
Tri Tôn	Lương Phi	9	5	14
	Cô Tô	14	4	18
	Núi Tô	10	14	24
Châu Phú	Thạnh Mỹ Tây	30	2	32
	Đào Hữu Cảnh	38	1	39
Tịnh Biên	Tân Lợi	8	16	24
	Văn Giao	10	10	20
Tổng		180	70	250

Nguồn: Tác giả, năm 2014

Do Tri Tôn và Tịnh Biên là hai địa phương có tỷ lệ hộ nghèo cao thứ nhất và thứ nhì trong cả tỉnh An Giang nên số nông hộ nghèo trồng lúa được nghiên cứu chủ yếu tập trung tại hai huyện này. Bên cạnh đó, nông hộ nghèo tại 3 huyện còn lại thường sinh sống bằng nhiều nghề khác nhau (mua bán nhỏ, làm thuê) nên đã hạn chế số lượng nông hộ nghèo trồng lúa được phỏng vấn.

■ **Phương pháp theo liên kết chuỗi của GTZ (2007)**

Nếu nông hộ trồng lúa tại An Giang được chọn theo phương pháp phân tầng-thuận tiện thì những tác nhân khác tham gia chuỗi giá trị gạo được chọn bằng phương pháp theo liên kết chuỗi của GTZ (2007) với điểm xuất phát từ người trồng lúa. Phương pháp này được thực hiện vì: (1) đây là phương pháp đã được rất nhiều nghiên cứu thực hiện, đặc biệt khi nghiên cứu chuỗi giá trị hàng nông sản; (2) đảm bảo tính khoa học và tính liên tục giữa các tác nhân tham gia chuỗi; (3) thuận lợi khi đi khảo sát các tác nhân.

Thương lái: có 14 thương lái được mời phỏng vấn trực tiếp bằng phương pháp liên kết chuỗi, do không thể xác định danh sách thương lái, vì số lượng thương lái phụ thuộc vào giá lúa gạo trên thị trường (Võ Thị Thanh Lộc và Nguyễn Phú Sơn, 2009). Trong các thương lái được khảo sát có người sinh sống tại An Giang, có người đến từ tỉnh khác.

Nhà máy xay xát và công ty lương thực xuất khẩu: 05 nhà máy xay xát và 04 công ty lương thực-xuất khẩu gạo được chọn khảo sát theo phương pháp liên kết chuỗi. Hiện nay, An Giang có 17 doanh nghiệp xuất khẩu gạo, đáp ứng được điều kiện xuất khẩu gạo theo tiêu chuẩn của Chính phủ Việt Nam về vùng sản xuất, kho bãi, gia công, chế biến. Tuy nhiên, để có thể thu thập được dữ liệu thì đòi hỏi người phỏng vấn phải thiết lập được mối quan hệ và sự tin cậy nhất định đối với chủ thể nghiên cứu. Ngoài ra, vì để bảo vệ bí mật đơn vị trong hoạt động kinh doanh nên dữ liệu được cung cấp từ các nhà máy xay xát- chế biến, công ty lương thực-xuất khẩu gạo có thể không mang tính đại diện cao.

Đại lý gạo: có 08 đại lý kinh doanh gạo tại An Giang được phỏng vấn không dựa trên quy mô mà đảm bảo tiêu chí đây là tác nhân có mối liên kết với các tác nhân khác trong chuỗi gạo (thương lái, nhà máy xay xát hay công ty lương thực).

Đầu vào: Bên cạnh các tác nhân tham gia chuỗi gạo tại An Giang, luận án tiến hành phỏng vấn 05 đơn vị cung cấp vật tư và 05 cơ sở sản xuất giống theo phương pháp liên kết chuỗi. Đây là những nhà hỗ trợ chuỗi.

3.2.3 Phương pháp thu thập thông tin và số liệu thứ cấp

Các số liệu thứ cấp về diện tích sản xuất, sản lượng, năng suất, điều kiện tự nhiên, dân số, tình hình phát triển kinh tế xã hội của tỉnh An Giang được sử dụng từ Niên giám Thống kê của Cục Thống kê tỉnh An Giang (2015), Báo cáo tình hình kinh tế xã hội năm 2014, Kế hoạch xây dựng cánh đồng lớn lúa, nếp tỉnh An Giang giai đoạn 2015-2025 của Ủy ban Nhân dân tỉnh An Giang.

Số liệu về tỷ lệ hộ nghèo ở từng địa phương được cung cấp bởi Sở Lao động-Thương binh và Xã hội tỉnh An Giang năm 2014.

Số liệu về các giống lúa được gieo trồng trên địa bàn tỉnh, diện tích canh tác, tỷ lệ thất thoát lúa khi thu hoạch được thu thập từ Sở Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn tỉnh An Giang, Chi cục Bảo vệ thực vật tỉnh An Giang.

Ngoài ra, luận án còn sử dụng thông tin trên các website của báo Nông nghiệp Việt Nam, Hiệp hội Lương thực Việt Nam, Sở Công Thương An Giang, Tạp chí Khoa học Đại học Cần Thơ. Các đề tài nghiên cứu trong và ngoài nước liên quan đến giá trị gia tăng, chuỗi giá trị, thị trường tiêu thụ, giải pháp nâng cấp chuỗi giá trị của sản phẩm gạo xuất khẩu trước đây đã được công bố là những nguồn thông tin được tham khảo và kế thừa trong luận án.

3.2.4 Phương pháp thu thập thông tin và số liệu sơ cấp

■ *Thảo luận nhóm nông hộ*

Phương pháp này được thực hiện nhằm làm cơ sở để thiết lập các chỉ tiêu nghiên cứu cho việc điều tra theo bảng câu hỏi và những thông tin định tính bổ ích cho việc so sánh đối chiếu với kết quả nghiên cứu định lượng.

Với phương pháp này, nông hộ các nhóm sẽ đánh giá chung về tình hình sản xuất và tiêu thụ, thu nhập từ trồng lúa. Những thuận lợi, khó khăn trong quá trình sản xuất và tiêu thụ sản phẩm, yếu tố ảnh hưởng đến khả năng thoát nghèo được tìm hiểu và ghi nhận.

■ *Thảo luận nhóm cán bộ địa phương*

Tác giả đã tổ chức thảo luận nhóm cán bộ địa phương (bao gồm cán bộ khuyến nông, cán bộ quản lý hộ nghèo) nhằm tìm ra những đặc điểm khác nhau giữa các nhóm nông hộ trong quá trình canh tác và tiêu thụ lúa.

■ *Phỏng vấn trực tiếp các tác nhân tham gia chuỗi giá trị gạo*

Luận án đã tiến hành phương pháp phỏng vấn sâu trực tiếp đối với mỗi tác nhân tham gia trong chuỗi giá trị gạo tỉnh An Giang bằng bảng câu hỏi cấu trúc. Các thông tin định tính được ghi chép lại trong quá trình phỏng vấn các tác nhân. Các phiếu khảo sát được thiết kế phù hợp với từng tác nhân cụ thể tham gia trong chuỗi giá trị gạo tỉnh An Giang.

■ *Phương pháp phỏng vấn chuyên gia*

Đây là phương pháp sử dụng trí tuệ, khai thác ý kiến đánh giá của các chuyên gia có trình độ cao để xem xét, nhận định một vấn đề, một sự kiện khoa học để tìm ra giải pháp tối ưu cho vấn đề, sự kiện đó. Phương pháp này được thực hiện không chỉ trong quá trình nghiên cứu mà còn cả trong quá trình nghiệm thu, đánh giá kết quả, hoặc thậm chí cả trong quá trình đề xuất giả thuyết nghiên cứu, lựa chọn phương pháp nghiên cứu, củng cố các luận cứ.... Các chuyên gia được lựa chọn là những người đạt những thành tựu nhất định trong hoạt động nghiên cứu khoa học về chuỗi giá trị, ngành nông sản nói chung và ngành hàng lúa gạo nói riêng, các doanh nghiệp kinh doanh xuất khẩu gạo thành công đến thời điểm nghiên cứu.

3.3 PHƯƠNG PHÁP PHÂN TÍCH SỐ LIỆU

Những phương pháp phân tích chủ yếu được sử dụng trong luận án:

3.3.1 Phương pháp thống kê mô tả

Phương pháp thống kê mô tả là tổng hợp các phương pháp đo lường, mô tả, trình bày số liệu và lập bảng phân phối tần số, hình,... Đây là cơ sở để tổng hợp và phân tích cơ bản các dữ liệu được thu thập trên tất cả các tác nhân tham gia chuỗi giá trị gạo tỉnh An Giang.

Thống kê mô tả được sử dụng để mô tả những đặc tính cơ bản của dữ liệu thu thập được từ nghiên cứu thực nghiệm qua các cách thức khác nhau, cung cấp những tóm tắt đơn giản về mẫu và thước đo. Cùng với những phân tích đồ họa đơn giản, chúng tạo ra nền tảng của mọi phân tích định lượng về số liệu. Để hiểu được các hiện tượng và ra quyết định đúng đắn, thường người nghiên cứu phải nắm bắt cách sử dụng các kỹ thuật phân tích thống kê mô tả.

3.3.2 Phương pháp phân tích kinh tế chuỗi

Phân tích kinh tế đối với chuỗi giá trị là phân tích các mối quan hệ giữa các tác nhân tham gia trong chuỗi dưới góc độ kinh tế nhằm đánh giá năng lực, hiệu suất vận hành của chuỗi. Nó bao gồm việc xác định sản lượng, chi phí, giá bán, lợi nhuận và giá trị gia tăng của các tác nhân tại các khâu trong chuỗi và đưa ra nhận xét phù hợp. Các thông tin phân tích kinh tế của chuỗi giá trị là một yếu tố “đầu vào” quan trọng của tiến trình quyết định các mục tiêu phát triển và chiến lược nâng cấp. Trong đó, việc kiểm soát các chi phí sản xuất và chất lượng sản phẩm là quan trọng nhất để khẳng định năng lực cạnh tranh.

Cách tính cụ thể các tiêu chí phân tích kinh tế chuỗi giá trị:

- **Giá trị:** là giá bán sản phẩm của mỗi tác nhân (đã quy đổi ra cùng hình thái sản phẩm cho tất cả các khâu trong chuỗi giá trị). Trong luận án, giá bán lúa của mỗi tác nhân được quy về giá gạo. Theo kết quả khảo sát, tại An Giang 1 kg lúa sau khi xay xát, thu về 0,52 kg gạo trắng và 0,48 kg phụ phẩm (bao gồm 0,12 kg cám, 0,15 kg tấm, 0,2 kg trấu và 0,01 kg hao hụt).

Mức quy đổi giá lúa qua giá gạo được tính trên tổng mức thu hồi gạo xay chà lúa bình quân đạt 52%, thu hồi phụ phẩm bình quân được 16%. Do đó, tổng mức thu hồi 1kg lúa sau xay xát là 68%.

$$\begin{aligned} \text{Tỷ lệ quy đổi giá lúa sang giá gạo} &= 1 / (0,52 + 1/3 * 48\%) \\ &= 1/0,68 = 1,47 \text{ giá lúa} \end{aligned}$$

- **Giá trị gia tăng giữa hai tác nhân:** là chênh lệch giá bán sản phẩm giữa hai tác nhân

- **Giá trị gia tăng trong từng tác nhân:** là chênh lệch giá bán và chi phí trung gian (hoặc chi phí đầu vào đối với người sản xuất ban đầu- nông dân)

- **Chi phí trung gian của mỗi tác nhân:** là giá mua sản phẩm của tác nhân đó. Đối với nhà sản xuất ban đầu trong sơ đồ chuỗi (nông dân) thì chi phí trung gian là chi phí đầu vào bao gồm chi phí trực tiếp sản xuất ra sản phẩm (giống, vật tư, thuốc bảo vệ thực vật), còn tất cả chi phí còn lại của nông dân là chi phí tăng thêm.

- **Chi phí tăng thêm:** là toàn bộ chi phí còn lại (lao động nhà/thuê, khấu hao, nhiên liệu...) ngoài chi phí trung gian của mỗi tác nhân.

- **Tổng chi phí:** là chi phí đầu vào/trung gian cộng với chi phí tăng thêm

- **Giá trị gia tăng thuần của mỗi tác nhân** (hay lợi nhuận): là giá bán trừ tổng chi phí, hoặc được xác định:

$$\text{Giá trị gia tăng thuần} = \text{Giá trị gia tăng} - \text{Chi phí tăng thêm}$$

- **Phân bổ giá trị gia tăng thuần trong chuỗi:** là phần trăm lợi nhuận của mỗi tác nhân trong toàn chuỗi (tổng lợi nhuận chuỗi là 100,0%).

3.3.3 Mô hình hồi quy đa biến

Mục đích của phương pháp hồi quy là ước lượng mức độ tương quan giữa các biến độc lập đến biến phụ thuộc. Do đó, để phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến thu nhập của nông hộ trồng lúa tỉnh An Giang, tác giả sử dụng mô hình hồi quy đa biến. Mô hình hồi quy có dạng như sau:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + \beta_4 X_4 + \beta_5 X_5 + \beta_6 X_6 + \beta_7 X_7 + \beta_8 X_8 + \beta_9 X_9 + \beta_{10} X_{10} + \beta_{11} X_{11} + \varepsilon$$

Trong đó: Biến phụ thuộc Y là thu nhập từ trồng lúa của nông hộ (triệu đồng/năm), các biến từ X₁ đến X₁₁ là các biến độc lập (biến giải thích), β_i là các tham số ước lượng và ε là sai số trong ước lượng.

Giá trị R² nói lên mối quan hệ chặt chẽ giữa biến phụ thuộc Y và các biến độc lập X. R² càng lớn thì mối quan hệ càng chặt chẽ. R² cho biết tỷ lệ % biến động của Y được giải thích bởi các biến X_i trong mô hình.

P value là mức ý nghĩa α nhỏ nhất mà ở đó bắt đầu bác bỏ giả thuyết H₀. Nếu các giá trị của các biến X_i tăng hay giảm một đơn vị, ứng với hệ số β_i nào đó sẽ làm thay đổi giá trị Y tăng hay giảm một lượng bằng β_i đơn vị với điều kiện các yếu tố khác không đổi.

Các nghiên cứu thực nghiệm về các yếu tố ảnh hưởng đến thu nhập của nông hộ đã được thực hiện rất nhiều cả trong lẫn ngoài nước. Trong phạm vi nghiên cứu của luận án, một số nghiên cứu tiêu biểu được lược khảo để đề xuất mô hình các yếu tố ảnh hưởng đến thu nhập của nông hộ trồng lúa tỉnh An Giang.

Theo các nghiên cứu nước ngoài của các tác giả Demurger và cộng sự (2010), Yang (2004), thu nhập của nông hộ chịu ảnh hưởng của nhiều yếu tố, bao gồm vốn, đất đai, trình độ học vấn, kinh nghiệm sản xuất, số lao động. Nông hộ có trình độ cao sẽ thuận lợi trong tiếp cận khoa học kỹ thuật (Yang, 2004). Demurger và cộng sự (2010) cho rằng trình độ văn hóa đóng vai trò quan trọng trong việc đa dạng hóa thu nhập, giới tính và tuổi tác cũng ảnh hưởng đến thu nhập. Nghiên cứu chỉ ra rằng những người nam và trẻ tuổi sẽ thuận lợi hơn trong việc tham gia các hoạt động phi nông nghiệp để tăng thu nhập. Các tác giả trong nước cũng đồng ý với các yếu tố như trình độ học vấn, diện tích đất, giá lúa, số nhân khẩu, lượng vốn vay có ảnh hưởng đến thu nhập của nông hộ. Theo Trần Xuân Long (2009), trình độ học vấn, diện tích đất và giá lúa có tác động mạnh nhất lên thu nhập của hộ nghèo. Huỳnh Trường Huy và cộng sự (2008) cùng với Trần Trọng Tín (2010) cho rằng tỷ lệ lao động của hộ, trình độ học vấn của chủ hộ, tuổi của chủ hộ, việc vay vốn tín dụng và diện tích đất của hộ là các yếu tố ảnh hưởng mạnh đến thu nhập của nông hộ. Nghiên cứu của Nguyễn Lan Duyên (2014) cũng cho rằng diện tích đất, lượng vốn vay, lãi suất, độ tuổi và số lao động có ảnh hưởng đến thu nhập của nông hộ. Cùng nghiên cứu về các yếu tố ảnh hưởng đến thu nhập, nhóm tác giả Nguyễn Việt Anh và Trần Thị Thu Thủy (2010) đã chỉ ra rằng thu nhập của nông hộ bị ảnh hưởng bởi tuổi, trình độ học vấn, số lao động và diện tích đất canh tác. Bên cạnh đó, hai tác giả Nguyễn Tiến Dũng và Phan Thuận (2014) cũng đồng ý rằng thu nhập của nông hộ trồng lúa bị ảnh hưởng bởi diện tích đất canh tác và giới tính.

Trên cơ sở các luận điểm vừa trình bày, mô hình nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến thu nhập từ sản xuất lúa của nông hộ tại tỉnh An Giang được xây dựng như sau:

$$THUNHAP = \beta_0 + \beta_1 TUOI + \beta_2 SOLD + \beta_3 TRINHDOHV + \beta_4 KINHNGHIEM + \beta_5 GIOITINH + \beta_6 TAPHUAN + \beta_7 DOANTHE + \beta_8 TBKT + \beta_9 DIENTICH + \beta_{10} VONTUCO + \beta_{11} GTGT$$

Trong mô hình nghiên cứu, THUNHAP là thu nhập từ trồng lúa của nông hộ (triệu đồng/năm). Ý nghĩa của các biến và kỳ vọng về dấu của các hệ số β_i trong mô hình được trình bày trong Bảng 3.4 bên dưới.

Bảng 3.4: Diễn giải các biến độc lập trong mô hình nghiên cứu

Tên biến	Đơn vị đo lường	Diễn giải	Cơ sở	Kỳ vọng
TUOI	Năm	Tuổi của người tham gia sản xuất chính trong hộ, tính đến thời điểm nghiên cứu.	Demurger và cộng sự (2010), Huỳnh Trường Huy và cộng sự (2008); Trần Trọng Tín (2010); Nguyễn Lan Duyên (2014); Nguyễn Việt Anh và Trần Thị Thu Thủy (2010)	+
SOLD	Người	Số nhân khẩu tham gia trồng lúa, tính đến thời điểm nghiên cứu.	Huỳnh Trường Huy và cộng sự (2008); Trần Trọng Tín (2010); Nguyễn Lan Duyên (2014); Nguyễn Việt Anh và Trần Thị Thu Thủy (2010)	+
TRINHDOHV	Năm	Số năm đến trường học vấn, nhận giá trị tương ứng với số năm đi học của người trực tiếp sản xuất chính, tính đến thời điểm nghiên cứu.	Demurger và cộng sự (2010), Trần Xuân Long (2009)	+
KINHNGHIEM	Năm	Kinh nghiệm, nhận giá trị tương ứng với số năm trồng lúa của người trực tiếp sản xuất chính, tính đến thời điểm nghiên cứu.	Demurger và cộng sự (2010), Yang (2004)	+
GIOITINH	0/1	Giới tính của người tham gia sản xuất chính trong hộ, nhận giá trị 1 nếu là nam, 0 nếu là nữ.	Demurger và cộng sự (2010), Nguyễn Việt Anh và Trần Thị Thu Thủy (2010); Nguyễn Tiến Dũng và Phan Thuận (2014)	+/-
TAPHUAN	0/1	Tham gia tập huấn kỹ thuật trồng lúa của người tham gia sản xuất chính trong hộ. Nhận giá trị 1 nếu có và giá trị 0 nếu không tham gia, tính đến thời điểm nghiên cứu.	Demurger và cộng sự (2010), Yang (2004)	+
DOANTHE	0/1	Tham gia các tổ chức đoàn thể của	Demurger và cộng sự (2010), Yang	+

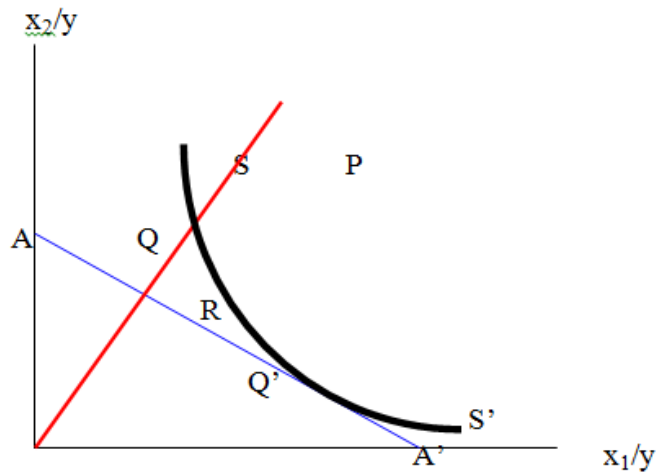
		người tham gia sản xuất chính trong hộ. Nhận giá trị 1 nếu có và giá trị 0 nếu không tham gia, tính đến thời điểm nghiên cứu.	(2004)	
TBKT	0/1	Ứng dụng các mô hình sản xuất lúa theo TBKT của người tham gia sản xuất chính trong hộ. Nhận giá trị 1 nếu có và giá trị 0 nếu không tham gia, tính đến thời điểm nghiên cứu.	Demurger và cộng sự (2010), Yang (2004)	+
DIENTICH	Ha	Diện tích đất trồng lúa, nhận giá trị tương ứng với số ha diện tích sản xuất của nông hộ, tính đến thời điểm nghiên cứu.	Trần Xuân Long (2009); Huỳnh Trường Huy và cộng sự (2008); Trần Trọng Tín (2010); Nguyễn Lan Duyên (2014); Nguyễn Việt Anh và Trần Thị Thu Thủy (2010); Nguyễn Tiến Dũng và Phan Thuận (21014)	+
VONTUCO	%	Tỷ lệ vốn tự có để sản xuất lúa của nông hộ, tính đến thời điểm nghiên cứu.	Huỳnh Trường Huy và cộng sự (2008); Trần Trọng Tín (2010); Nguyễn Lan Duyên (2014)	+
GTGT	Triệu đồng/tân	Giá trị gia tăng mà nông hộ tạo ra trên 1 tấn lúa, tính đến thời điểm nghiên cứu.	Tác giả tự đề xuất	+

Nguồn: Tham khảo từ các nghiên cứu trước đây

3.3.4 Phân tích màng bao dữ liệu (DEA)

Farrell (1957) đưa ra ý tưởng về ước lượng hiệu quả kỹ thuật với đường biên sản xuất. Trên ý tưởng đó, DEA được phát triển bởi Charnes, Cooper và Rhodes (1978). DEA là phương pháp phi ngẫu nhiên và phi tham số dựa trên cách tiếp cận quy hoạch tuyến tính. DEA được sử dụng rộng rãi để đo lường hiệu quả tương đối của các đơn vị ra quyết định (DMUs- Decision Making Unit), sử dụng nhiều đầu vào và đầu ra khác nhau.

Luận án sử dụng phương pháp phân tích màng bao dữ liệu với các chỉ tiêu về hiệu quả kỹ thuật (Technical Efficiency-TE), hiệu quả phân phối nguồn lực (Allocative Efficiency-AE) và hiệu quả sử dụng chi phí (Cost Efficiency-CE). Theo Farrell, hiệu quả sản xuất của một nhà sản xuất riêng lẻ là tỷ số giữa chi phí thấp nhất và mức chi phí thực tế để tạo ra một mức xuất lượng đầu ra cho trước. Hiệu quả này bao gồm hiệu quả kỹ thuật, hiệu quả phân phối (hiệu quả giá) và hiệu quả kinh tế (hiệu quả chi phí).



Hình 3. 1: Hiệu quả phân phối và hiệu quả kỹ thuật

Các chỉ tiêu hiệu quả được tính toán theo các tỷ số sau:

$$TE_i = OQ/OP \quad (1)$$

Chỉ số TE theo mô hình CRS-DEA trường hợp tối thiểu hóa đầu vào nằm trong khoảng từ 0 đến bằng 1. Nếu hệ số này bằng 1 nghĩa là hộ sản xuất đạt TE tối ưu, nhỏ hơn 1 có nghĩa là hộ chưa đạt TE tối ưu.

$$AE_i = OR/OQ \quad (2)$$

$$EE_i = TE_i * AE_i = (OQ/OP)*(OR/OQ) = OR/OP \quad (3)$$

Mô hình DEA có hai dạng dựa trên hai giả thiết là hiệu quả không đổi theo quy mô (Constant Returns to Scale – CRS) và giả thiết hiệu quả thay đổi theo quy mô (Variable Returns to Scale – VRS).

Nhược điểm của giả thiết CRS là các hệ số kỹ thuật hợp lý khi tất cả hộ sản xuất hoạt động tại mức quy mô tối ưu, mà điều này khó xảy ra trong thực tế. Từ đó sẽ dẫn đến trường hợp các hệ số kỹ thuật được tính toán bị sai lệch do ảnh hưởng của hiệu quả quy mô. Để tránh sự ảnh hưởng này, các hệ số hiệu quả được tính toán theo giả thiết VRS.

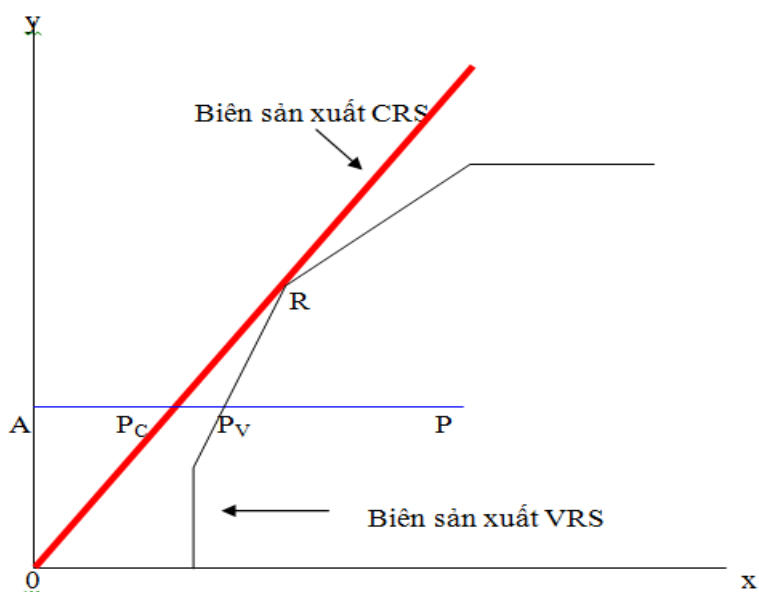
Các hệ số hiệu quả kỹ thuật dưới hai giả thuyết CRS và VRS và hệ số hiệu quả quy mô được xác định theo các công thức sau đây:

$$TE_{CRS} = AP_C / AP \quad (4)$$

$$TE_{VRS} = AP_V / AP \quad (5)$$

$$SE = AP_C / AP_V \quad (6)$$

Tất cả các hệ số này cũng nằm trong khoảng từ 0 đến 1.



Hình 3.2: Tính toán kinh tế quy mô

Phân tích hiệu quả sản xuất của các nhóm nông hộ trồng lúa giúp phát hiện và đo lường được những tồn tại trong quá trình sản xuất (sự lãng phí các nguồn lực đầu vào; các yếu tố tác động đến hiệu quả sản xuất của mỗi nhóm). Việc đo lường, định lượng các tồn tại này làm cơ sở khi đề xuất các giải pháp nâng cao giá trị gia tăng của chuỗi.

CHƯƠNG 4

TỔNG QUAN VỀ ĐỊA BÀN NGHIÊN CỨU

Trong chương 4, các nội dung chính được trình bày bao gồm: (i) Giới thiệu khái quát tỉnh An Giang; (ii) Tình hình sản xuất, chế biến và tiêu thụ lúa gạo tại ĐBSCL; (iii) Tình hình sản xuất, chế biến và tiêu thụ lúa gạo tại tỉnh An Giang

4.1 GIỚI THIỆU KHÁI QUÁT TỈNH AN GIANG

4.1.1 Vị trí địa lý và điều kiện tự nhiên

Tỉnh An Giang bao gồm 11 huyện thị thành. Đó là thành phố Long Xuyên, thành phố Châu Đốc, thị xã Tân Châu, huyện An Phú, huyện Phú Tân, huyện Tịnh Biên, huyện Thoại Sơn, huyện Chợ Mới, huyện Tri Tôn, huyện Châu Phú và huyện Châu Thành.



Nguồn: Cổng thông tin tỉnh An Giang

Hình 4. 1: Bản đồ hành chính tỉnh An Giang

Vị trí địa lý: An Giang nằm trong khoảng $10^{\circ}12-10^{\circ}57$ vĩ độ Bắc và từ $104^{\circ}46-105^{\circ}35$ kinh độ Đông, tức là nằm gần xích đạo nên mang tính chất của khí hậu xích đạo. An Giang là một tỉnh nằm ở tây nam bộ thuộc ĐBSCL, một phần trong vùng tứ giác Long Xuyên. Phía Bắc-Tây Bắc giáp Campuchia với chiều dài đường biên giới là 104 km. Phía Tây Nam giáp tỉnh Kiên Giang với chiều dài 69,789 km. Phía Nam giáp tỉnh Cần Thơ với chiều dài 44,734 km. Phía Đông giáp tỉnh Đồng Tháp với chiều dài 107,628 km.

Khí hậu: An Giang chịu tác động của 2 mùa gió: gió mùa Tây Nam và gió mùa Đông Bắc. Gió mùa Tây Nam mát và ẩm, đem lại mùa mưa nơi đây. Gió mùa Đông Bắc độ ẩm cao, khô và khá nóng.

Về mặt thổ nhưỡng, đất đai tỉnh An Giang có thể chia làm ba nhóm chính: nhóm đất phèn, nhóm đất phù sa, nhóm đất chân đồi.

+ Nhóm đất phèn; phân bố nhiều ở địa phận huyện Tri Tôn, Tịnh Biên và một phần huyện Châu Phú.

+ Nhóm đất phù sa; chiếm khoảng 45% diện tích tự nhiên của tỉnh, phân bố ở các huyện Châu Phú, Châu Thành, Phú Tân, An Phú, Tân Châu, Thoại Sơn, Chợ Mới và một phần ở thành phố Long Xuyên, thị xã Châu Đốc.

+ Nhóm đất đồi núi: phân bố chủ yếu ở hai huyện Tri Tôn và Tịnh Biên, một phần huyện Thoại Sơn.

4.1.2 Dân số và lao động

An Giang có 2.155.323 người với mật độ dân số trung bình là 609 người/km², trong đó Thành phố Long Xuyên là nơi có mức dân số cao nhất (280.635 người) và huyện Tịnh Biên có dân số thấp nhất (121.399 người). Dân số thành thị chiếm khoảng 30,22% trong tổng dân số của tỉnh và 69,78% dân số sinh sống ở vùng nông thôn.

Theo Kết quả điều tra hộ nghèo, hộ cận nghèo cuối năm 2013, An Giang có tổng số hộ dân toàn tỉnh là 542.913 hộ. Tổng số hộ nghèo toàn tỉnh là 26.945 hộ với 115.739 nhân khẩu. Tỷ lệ hộ nghèo là 4,96%/tổng số hộ dân (giảm 1,21% so với năm 2012). Thành phố Châu Đốc có số hộ nghèo thấp nhất tỉnh là với 276 hộ nghèo, tỷ lệ 0,95%; 03 huyện có tỷ lệ hộ nghèo cao nhất là Tri Tôn 14,38%; Tịnh Biên 12,98% và An Phú 9,46%. Sang năm 2014, tỷ lệ hộ nghèo của toàn tỉnh giảm 1,4%, hiện chỉ còn 3,56%, trong đó, huyện Tri Tôn và Tịnh Biên là những địa phương có tỷ lệ hộ nghèo vẫn còn cao, thành phố Châu Đốc có tỷ lệ hộ nghèo thấp nhất tỉnh.

4.1.3 Cơ sở hạ tầng

Giao thông vận tải: An Giang có hệ thống giao thông thuận tiện. Đường quốc gia 91 với chiều dài 91,3 km nối với tuyến đường quốc gia số 2 Campuchia và Thái Lan qua cửa khẩu Tịnh Biên và Vĩnh Xương. Có tất cả 14 con đường nhựa với tổng chiều dài 404 km trong tỉnh. Bên cạnh hệ thống đường này, An Giang cũng có hệ thống sông ngòi với sông Tiền (chiều dài 87 km) và sông Hậu (chiều dài 100 km) kết nối tỉnh với đồng bằng sông Mekong, Campuchia và Thái Lan. Hệ thống kênh cấp 2 và cấp 3 thuận tiện của tỉnh An Giang đảm bảo giao thông cho các thuyền có trọng tải từ 50 đến 100 tấn. An Giang có cảng Mỹ Thới với sản lượng bốc dỡ hàng hóa đạt 500.000 tấn/năm.

Hệ thống điện: An Giang đầu tư phát triển điện kết nối 100% các xã với tổng chiều dài dây điện áp trung bình là 1.200 km, chiều dài dây điện áp thấp 1.300 km, và 1.410 km các trạm truyền tải với tổng điện áp 96.242 KVA được lắp đặt trong tỉnh.

Cung cấp nước: An Giang đang hoạt động 53 hệ thống cung cấp nước trong thành phố, thị trấn, thị xã với tổng lưu lượng đạt 60.000 m³/ngày. Nhà máy cung cấp nước đang được xây dựng tại thành phố Long Xuyên với tổng lưu lượng đạt 34.000 m³/ngày và đạt tiêu chuẩn quốc gia về nước sạch.

4.1.4 Kinh tế

+ Nông nghiệp

Giá trị tăng thêm ngành nông nghiệp năm 2014 tăng 2,04% so với năm 2013, đạt vượt chỉ tiêu kế hoạch đề ra (kế hoạch 1%); sản lượng cả năm đạt trên 4 triệu tấn, tăng 27 ngàn tấn so năm 2013. Bên cạnh đó việc thực hiện chuyển dịch cơ cấu cây trồng từ đất lúa sang trồng những loại cây màu có giá trị kinh tế cao (diện tích màu tăng 3.534 ha) đã làm cho tốc độ tăng chung của lĩnh vực trồng trọt chỉ đạt 2,29%.

Tích cực hỗ trợ doanh nghiệp xây dựng các mô hình liên kết sản xuất theo chuỗi giá trị, theo mô hình “Cánh đồng lớn” ngày càng tăng, diện tích sản xuất lúa tham gia mô hình Cánh đồng lớn năm 2014: 34.200 ha (trong đó: vụ Đông Xuân 2013-2014 là 11.833 ha, vụ Hè Thu 2014 là 12.435 ha và vụ Thu Đông 2014 khoảng 10.000 ha), tăng 200 ha so năm 2013. Mặt khác, tỷ lệ sử dụng giống lúa IR50404 năm 2014 giảm còn khoảng 22,5% so với năm 2013 (26,5%).

+ Hoạt động ngoại thương

Hoạt động ngoại thương trong năm 2014 tiếp tục đối mặt với nhiều khó khăn, nhu cầu thị trường sụt giảm, thời gian thanh toán hợp đồng xuất khẩu kéo dài, rào cản thương mại tại một số thị trường trọng điểm gây không ít khó khăn cho doanh nghiệp; nguồn cung nguyên liệu trong nước giảm mạnh, chi phí sản xuất tăng cao. Kim ngạch xuất khẩu đạt 950 triệu USD, bằng 98,9% so cùng kỳ và đạt 95% kế hoạch năm. Trong đó: gạo xuất đạt 540 ngàn tấn, tương đương 240 triệu USD, tăng 18,8% về lượng và tăng 21% về kim ngạch so cùng kỳ; Thủy sản đông lạnh xuất 156 ngàn tấn, tương đương 365 triệu USD, bằng 92% về lượng và 89% về kim ngạch; Rau quả đông lạnh xuất đạt 10 ngàn tấn, tương đương 13 triệu USD, tăng 13,8% về lượng và 18,5% về kim ngạch; Hàng dệt, may xuất 19 triệu sản phẩm, tương đương 90 triệu USD, tăng 9,2% về sản lượng và tăng 20% về kim ngạch so cùng kỳ. Kim ngạch nhập

khẩu 120 triệu USD, tương đương cùng kỳ. Các mặt hàng nhập khẩu chủ yếu vẫn là nguyên vật liệu phục vụ ngành dệt may, chế biến thức ăn gia súc, thuốc trừ sâu.

4.2 TÌNH HÌNH SẢN XUẤT, CHẾ BIẾN VÀ TIÊU THỤ LÚA GẠO TẠI ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG

4.2.1 Các vụ lúa chính và giống lúa

Việt Nam có hai vùng trồng lúa chính là đồng bằng sông Hồng ở phía bắc và ĐBSCL ở miền nam. Hàng năm sản lượng lúa của cả nước đạt 45-47 triệu tấn, trong đó chỉ sử dụng khoảng 14-15 triệu tấn lúa (tương đương 7-8 triệu tấn gạo sau khi xay xát) cho xuất khẩu, còn lại là tiêu thụ trong nước và bổ sung cho dự trữ quốc gia.

Đồng bằng sông Cửu Long có chủng loại đất phong phú, hàm lượng dinh dưỡng cao. Giống lúa trong vùng khá đa dạng và được sử dụng cây trong 3 vụ: Vụ mùa, vụ Đông Xuân và vụ Hè Thu.

Vụ mùa: Bắt đầu vào mùa mưa (tháng 5-6) và kết thúc vào cuối mùa mưa (tháng 11), gồm các giống lúa địa phương dài ngày và thích nghi với nước sâu. Các giống lúa được sử dụng là VND404, MTL449, OM4498, OM4495, OM2395, Nàng thơm chợ đào 5, Nàng hương 2...

Vụ Đông Xuân: là vụ lúa mới, ngắn ngày, bắt đầu vào cuối mùa mưa tháng 11-12 và thu hoạch đầu tháng 4. Giống lúa được sử dụng cây bao gồm 5 giống chủ lực (OM6162, OMCS2000, OM5472, OM6677 và OM4218) và 9 giống lúa được đánh giá có triển vọng (OM6976, OM6916, OM5451, OM8232, OM4101, OM3995, OM6018, OM6677 và OM8923).

Vụ Hè Thu: là một vụ lúa mới ngắn ngày, bắt đầu từ tháng 4 và thu hoạch vào trung tuần tháng 8. Nông dân trong vùng thường sử dụng các giống lúa OMCS2000, OMCS21, OM2395, OM2517, ML48, MTL250, MTL392.

Theo Cục Trồng trọt (Bộ NN&PTNT), tỷ lệ sử dụng lúa giống cấp xác nhận tại ĐBSCL hiện nay còn rất thấp, chỉ đạt khoảng 15% đối với cấp chính quy và 25% cấp nông hộ; chất lượng nguồn giống đưa vào gieo sạ chưa đồng đều. Từ đó ảnh hưởng đến năng suất, chất lượng lúa và phẩm cấp gạo của vùng.

4.2.2 Diện tích sản xuất, sản lượng, năng suất lúa tại vùng ĐBSCL

Tình hình sản xuất lúa ở khu vực ĐBSCL từ năm 2010 đến 2014 có sự thay đổi về diện tích, sản lượng và năng suất qua từng năm. Cụ thể như sau (Bảng 4.1).

Bảng 4.1: Diện tích trồng lúa ở vùng ĐBSCL từ năm 2010-2014

Đơn vị tính: 1.000 ha

Tỉnh, thành	2010	2011	2012	2013	2014
Cả nước	7.489,4	7.655,4	7.761,2	7.899,4	7.813,8
ĐB sông Hồng	1.150,1	1.144,5	1.138,7	1.130,7	1.122,8
Trung du và miền núi phía Bắc	666,4	670,9	678,0	688,8	689,2
Bắc Trung Bộ và Duyên hải miền Trung	1.214,1	1.228,8	1.236,4	1.230,2	1.243,6
Tây Nguyên	217,8	224,2	229,7	231,5	238,4
Đông Nam Bộ	295,1	293,1	294,4	280,3	273,2
ĐBSCL	3.945,9	4.093,9	4.184,0	4.337,9	4.246,6
An Giang	586,6	607,6	625,1	641,3	625,8
Bạc Liêu	158,3	164,3	178,7	181,7	178,9
Bến Tre	80,2	76,9	75,8	72,2	66,6
Cà Mau	125,5	130,2	129,2	129,9	125,7
Cần Thơ	209,4	224,7	228,2	236,6	232,3
Đồng Tháp	465,1	501,1	487,6	541,8	528,7
Hậu Giang	210,7	212,7	214,1	212,0	205,3
Kiên Giang	642,7	686,9	725,1	770,4	753,6
Long An	471,1	484,2	499,6	527,7	519,2
Sóc Trăng	349,6	349,0	365,9	371,2	363,9
Tiền Giang	244,0	241,8	241,4	235,6	230,6
Trà Vinh	232,7	233,0	227,4	235,6	235,8
Vĩnh Long	170,0	181,5	185,9	181,9	180,2

Nguồn: Tổng Cục Thống kê, năm 2015

Theo số liệu từ Bảng 4.1, diện tích gieo trồng toàn vùng ĐBSCL tăng từ 3.945,9 nghìn ha năm 2010 lên đến 4.337,9 nghìn ha trong năm 2013 và luôn chiếm trên 50% tổng diện tích trồng lúa của cả nước. Tuy nhiên, trong năm 2014, diện tích lúa của vùng giảm, còn 4.246,6 nghìn ha. Trong đó, Kiên Giang và An Giang là hai tỉnh luôn có diện tích trồng lúa lớn thứ nhất và thứ nhì trong toàn khu vực ở giai đoạn 2010-2014. Cụ thể, tại An Giang, diện tích trồng lúa tăng từ 586,6 nghìn ha năm 2010 lên 641,3 nghìn ha năm 2013, và giảm còn 625,8 nghìn ha ở năm 2014. Sản xuất lúa ở vùng ĐBSCL nói chung, tỉnh An Giang nói riêng trong thời gian qua vẫn tập trung chủ yếu theo hướng mở rộng diện tích và tăng năng suất.

Bảng 4.2: Sản lượng lúa ở vùng ĐBSCL từ năm 2010-2014

Đơn vị tính: 1.000 tấn

Tỉnh, thành	2010	2011	2012	2013	2014
Cả nước	40.005,6	42.398,5	43.737,8	44.076,1	44.975,0
ĐB sông Hồng	6.805,4	6.965,9	6.881,3	6.698,0	6.756,8
Trung du và miền núi phía Bắc	3.087,8	3.199,1	3.271,1	3.275,8	3.334,4
Bắc Trung Bộ và Duyên hải miền Trung	6.152,0	6.535,1	6.727,2	6.600,7	7.057,2
Tây Nguyên	1.042,1	1.067,7	1.138,8	1.162,8	1.241,8
Đông Nam Bộ	1.322,7	1.361,2	1.398,6	1.345,8	1.340,6
ĐBSCL	21.595,6	23.269,5	24.320,8	24.993,0	25.244,2
An Giang	3.653,1	3.856,8	3.941,6	4.009,8	4.039,3
Bạc Liêu	809,5	908,9	986,7	1014,1	1.036,0
Bến Tre	366,8	362,2	375,0	331,6	318,9
Cà Mau	498,3	540,4	556,0	543,8	554,7
Cần Thơ	1.196,7	1.289,7	1.319,8	1.370,3	1.365,7
Đồng Tháp	2.807,0	3.100,2	3.051,0	3.327,0	3.295,6
Hậu Giang	1.090,2	1.128,5	1.179,9	1.191,3	1.201,7
Kiên Giang	3.497,1	3.921,1	4.287,1	4.481,8	4.522,5
Long An	2.304,8	2.550,7	2.663,5	2.816,1	2.861,1
Sóc Trăng	1.966,6	2.090,6	2.251,8	2.220,0	2.265,3
Tiền Giang	1.320,6	1.332,8	1.370,0	1.348,7	1.370,3
Trà Vinh	1.156,0	1.155,3	1.258,0	1.274,8	1.326,9
Vĩnh Long	928,9	1.032,3	1.079,6	1.063,7	1.086,2

Nguồn: Tổng Cục Thống kê, năm 2015

Từ năm 2010 đến năm 2014, nhìn chung, sản lượng lúa của vùng ĐBSCL - vựa lúa lớn nhất của cả nước- ngày càng tăng cao và chiếm tỷ trọng trong khoảng 54% - 57% tổng sản lượng lúa của cả nước.

Sản lượng lúa của cả khu vực ĐBSCL trong năm 2011 tăng gần 2 triệu tấn so với năm 2010, trong đó An Giang chiếm 16,6% trong tổng sản lượng toàn vùng. Năm 2012, sản lượng lúa của vùng tiếp tục tăng hơn 1 triệu tấn so với năm 2011 vừa góp phần đảm bảo an ninh lương thực quốc gia vừa đảm bảo đủ sản lượng cho hoạt động xuất khẩu. Bước sang năm 2013 và 2014, sản lượng lúa của vùng ĐBSCL tiếp tục tăng lên đạt lần lượt là 24,993 triệu tấn và 25,244 triệu tấn, trong đó An Giang đóng góp trên 4 triệu tấn lúa theo ước tính của Tổng cục thống kê (2015).

Về năng suất, nhìn chung, năng suất lúa của các tỉnh khu vực ĐBSCL không ngừng gia tăng qua mỗi năm, đã đóng góp không nhỏ cho hoạt động xuất khẩu và đảm bảo an ninh lương thực của đất nước. Theo Bảng 4.3 cho thấy, An Giang là tỉnh có năng suất lúa cao nhất trong khu vực (trên 6 tấn/ha) và cao hơn năng suất trung bình của toàn vùng và của Việt Nam. Thành công này có sự đóng góp quan trọng của công tác khuyến nông trong việc chuyển giao tiến bộ khoa học kỹ thuật cho nông dân.

Bảng 4.3: Năng suất lúa ở vùng ĐBSCL từ năm 2010-2014

Đơn vị tính: tấn/ha

Tỉnh, thành	2010	2011	2012	2013	2014
Cả nước	5,34	5,54	5,64	5,58	5,76
ĐB sông Hồng	5,92	6,09	6,04	5,92	6,02
Trung du và miền núi phía Bắc	4,63	4,77	4,82	4,76	4,84
Bắc Trung Bộ và Duyên hải miền Trung	5,07	5,32	5,44	5,37	5,67
Tây Nguyên	4,78	4,76	4,96	5,02	5,21
Đông Nam Bộ	4,48	4,64	4,75	4,80	4,91
ĐBSCL	5,47	5,68	5,81	5,76	5,94
An Giang	6,23	6,35	6,31	6,25	6,45
Bạc Liêu	5,11	5,53	5,52	5,58	5,79
Bến Tre	4,57	4,71	4,95	4,59	4,79
Cà Mau	3,97	4,15	4,30	4,19	4,41
Cần Thơ	5,71	5,74	5,78	5,79	5,88
Đồng Tháp	6,04	6,19	6,26	6,14	6,23
Hậu Giang	5,17	5,31	5,51	5,62	5,85
Kiên Giang	5,44	5,71	5,91	5,82	6,00
Long An	4,89	5,27	5,33	5,34	5,51
Sóc Trăng	5,63	5,99	6,15	5,98	6,23
Tiền Giang	5,41	5,51	5,68	5,72	5,94
Trà Vinh	4,97	4,96	5,53	5,41	5,63
Vĩnh Long	5,46	5,69	5,81	5,85	6,03

Nguồn: Tổng Cục Thống kê, năm 2015

Đạt được những kết quả khả quan như trên nhờ các địa phương tại khu vực ĐBSCL đã đổi mới nhiều trong phương thức sản xuất, áp dụng mạnh cơ giới hóa trên đồng ruộng. Hiện tại, 96% diện tích đất lúa của vùng được làm bằng máy. Theo Văn phòng Bộ NN&PTNT, tính đến năm 2013, toàn vùng có 13.000 máy gặt lúa, trong đó 9.000 chiếc là máy gặt đập liên hợp. Nhờ đó, nông dân tăng được năng suất, tăng chất lượng sản phẩm và giảm tổn thất sau thu hoạch. Riêng tại An Giang, tỷ lệ cơ giới hóa trong sản xuất lúa có thể nói

gần như đạt mức 100% . Cụ thể khâu làm đất được cơ giới hóa với tỷ lệ 99%, tưới tiêu: 95% và khâu thu hoạch: 98%.

Bảng 4.4: Tỷ lệ ứng dụng cơ giới hóa trong sản xuất lúa tại tỉnh An Giang năm 2014

Các khâu	Tỷ lệ (%)
Làm đất	99
Tưới tiêu	95
Gieo sạ (bằng máy gieo hàng)	48
Thu hoạch	98

Nguồn: Sở NN&PTNT An Giang, 2015

4.2.3 Tình hình thất thoát lúa sau thu hoạch

Trong thời gian qua, việc sản xuất lúa ở ĐBSCL tăng về sản lượng và năng suất. Nhưng tình trạng thất thoát lúa sau thu hoạch cũng đáng quan tâm.

Bảng 4.5: Thất thoát sau thu hoạch ở ĐBSCL năm 2011

Công đoạn	Đơn vị tính: %		
	ĐBSCL	Nhật Bản	Philippines
Thu hoạch	3,9	2,0	4,6-7,2
Vận chuyển		0,0	
Làm sạch	4,2	0,8-2,4	5,0
Làm khô		-	
Tồn trữ	2,6	0,3	2-6
Xay xát	3,0	0,6	6-8
Tổng cộng	13,7	3,9-5,6	17,6-26,2

Nguồn: *Beyond the Rice Bowl*, World Bank, năm 2011

Bảng 4.5 cho thấy tổn thất lúa gạo sau thu hoạch ở ĐBSCL trong năm 2011 là 13,7%, trong đó tổn thất từ khâu thu hoạch và vận chuyển chiếm 3,9%, tổn thất trong khâu tồn trữ là 2,6%, và tổn thất trong quá trình xay xát lúa gạo là 3,0%. Sang năm 2013, tuy có nhiều tiến bộ trong việc ứng dụng cơ giới hóa trong nông nghiệp, tỷ lệ tổn thất trung bình trong sản xuất, chế biến và tồn trữ lúa gạo vùng ĐBSCL vẫn còn khá cao là 11,12%. Cụ thể, tỷ lệ tổn thất khâu cắt, gom là 2,94%; khâu suốt là 2,25%; khâu phơi là 1,87%; khâu vận chuyển là 0,40%; khâu tồn trữ là 1,57% và khâu xay xát là 2,09% (Vinafood II, 2014).

Lý giải cho vấn đề tổn thất ở khâu thu hoạch do đa số nông dân sản xuất lúa có diện tích đất nhỏ hẹp, manh mún nên khi thu hoạch, máy gặt đập liên hợp khó vào tận đồng ruộng. Vì vậy, có những thời điểm, phần lớn bà con nông dân phải thu hoạch lúa bằng cách gặt tay. Giải pháp gặt thủ công rồi tuốt lúa bằng máy nhỏ tại đồng ruộng gây rơi vãi nhiều. Do đó, theo Nguyễn Phú

Son (2014), công đoạn gặt lúa này gây ra thất thoát hàng năm khoảng 400.000-600.000 tấn lúa ở ĐBSCL. Bên cạnh đó, vào thời điểm thu hoạch rộ, số lượng máy gặt đập liên hợp ít chỉ đáp ứng được 40% diện tích toàn vùng (Phạm Văn Dur - Cục trồng trọt, 2014), nhân công gặt lúa bằng tay khan hiếm nên nhiều cánh đồng lúa chín quá ngày ngả rạp, bông lúa bị rụng nhiều gây ra thất thoát lớn.

Tình trạng thiếu máy sấy lúa sau khi thu hoạch cũng là một trong những nguyên nhân gây thất thoát cho nông hộ. Phơi sấy lúa thủ công vừa làm tăng tổn thất do rơi vãi lúa trong quá trình sấy, vừa không đảm bảo tiêu chuẩn về ẩm độ gây ảnh hưởng đến chất lượng gạo sau này. Đồng thời, hoạt động này chịu nhiều rủi ro do phụ thuộc vào thời tiết, nhất là trong mùa mưa.

Hiện nay, các nông hộ thường bán lúa tươi ngay sau khi thu hoạch nên giảm được tỷ lệ thất thoát trong khâu bảo quản sau thu hoạch tại nhà. Việc tồn trữ lúa được thực hiện tại các nhà máy, công ty chế biến ở khu vực nhà nước và công ty tư nhân. Theo Phạm Văn Tấn (Viện Cơ điện và Công nghệ sau thu hoạch), các công ty tư nhân dù đã xây dựng các kho tồn trữ lúa, sự thất thoát về số lượng và chất lượng vẫn còn do công nghệ sấy, bảo quản chưa phù hợp. Còn các đơn vị ở khu vực nhà nước thì chỉ cải thiện được một phần tình trạng tồn thất.

4.3 TÌNH HÌNH SẢN XUẤT, CHẾ BIẾN VÀ TIÊU THỤ LÚA GẠO TẠI TỈNH AN GIANG

4.3.1 Các vụ lúa chính và giống lúa

Trong thời gian qua, chủ trương đầu tư thâm canh đã mang đến những tác động tích cực làm cho diện tích, sản lượng, năng suất và chất lượng lúa gạo ngày càng tăng lên. Với kết quả đó, An Giang trở thành một trong những tỉnh trọng điểm sản xuất lúa của cả nước. Nông dân An Giang đã và đang áp dụng các tiên bộ kỹ thuật trong sản xuất lúa như “3 giảm, 3 tăng”, sạ lúa theo hàng, từng bước thực hiện kỹ thuật tưới nước tiết kiệm, áp dụng công nghệ thu hoạch để giảm thất thoát.

Trong năm 2013, tại An Giang, các giống lúa IR50404, OM6976, OM4218 là những giống lúa chủ lực được nông dân gieo trồng với tỷ lệ cao qua các mùa vụ trong năm. Vụ Đông Xuân, giống lúa IR50404 chiếm 26,2%, OM6976 chiếm 20,7% trong tổng diện tích gieo trồng. Sang vụ Hè Thu, giống lúa OM6976 chiếm tỷ lệ cao nhất là 26,9% , kế đến là giống IR50404 với tỷ lệ 24,5%. Ở vụ Thu Đông, hai giống lúa này vẫn được lựa chọn làm giống chủ lực trong quá trình canh tác. Tuy nhiên, có một điều cần lưu ý là giống lúa Jasmine 85 dù được Bộ NN&PTNT chọn làm giống lúa xây dựng thương hiệu cho ngành hàng lúa gạo Việt Nam nhưng được sản xuất với tỷ lệ rất thấp: 12% ở vụ Đông Xuân, 2,3% ở vụ Thu Đông và không được sản xuất trong vụ Hè Thu.

Bảng 4.6: Cơ cấu giống lúa chủ lực của tỉnh An Giang năm 2013-2014

Đơn vị tính: %

Giống lúa	Đông Xuân		Hè Thu		Thu Đông
	2013*	2014**	2013*	2014**	2013*
IR50404	26,2	22,0	24,5	23,0	25,6
OM6976	20,7	21,1	26,9	26,1	30,0
Jasmine 85	12,0		-		02,3
OM4218	11,2	08,3	15,0	14,8	12,3
Nếp	09,4		13,4		12,7
OM2514	-		02,7		-
Khác	20,5		17,5		17,1
Tổng	100,0		100,0		100,0

Nguồn: * Chi cục BVTV tỉnh An Giang, năm 2014;

** Sở NN&PTNT tỉnh An Giang, năm 2014.

Năm 2014, cơ cấu giống lúa ở hai vụ Đông Xuân và Hè Thu có sự chuyển biến. Tỷ lệ trồng giống lúa chất lượng cao như OM6976, OM4218 tăng lên so với mùa vụ năm 2013. Riêng giống lúa IR50404 chiếm 22% vụ Đông Xuân và 23% vụ Hè Thu do đặc tính giống dễ trồng phù hợp địa hình canh tác tại một số địa phương ở một số huyện đầu nguồn bị ảnh hưởng lũ như ngăn ngày, năng suất cao, thị trường tiêu thụ lớn, giá bán không chênh lệch nhiều so với giống chất lượng cao. Tuy nhiên, so với năm 2013, tỷ lệ sử dụng giống lúa IR50404 đã giảm, nhưng vẫn còn cao so với khuyến cáo (20%). Trong năm này, Sở NN&PTNT tỉnh An Giang đã tổ chức 327 cuộc hội thảo khuyến nông đạt 100% kế hoạch, giúp nông dân nắm bắt được tình hình dịch hại trên đồng ruộng và phòng trừ có hiệu quả tốt.

An Giang không chỉ là vùng sản xuất lúa lớn của Việt Nam mà An Giang còn có các giống lúa đặc sản như lúa Nàng nhen, lúa mùa nổi, vùng lúa Nếp Phú Tân, vùng lúa Jasmine Châu Phú,... Với lợi thế này sẽ tạo những điểm khác biệt lớn cho ngành sản xuất lúa gạo An Giang so với các tỉnh khác trong thời gian sắp tới.

4.3.2 Diện tích sản xuất, sản lượng, năng suất lúa tại tỉnh An Giang

An Giang, Kiên Giang, Đồng Tháp và một phần của Cần Thơ nằm trong khu vực bị ngập sâu của ĐBSCL. Thời vụ gieo trồng được xác định bởi chế độ nước của sông Mekong. Để tránh lũ lụt, nông dân tiến hành xuống giống lúa vào mùa khô và đầu mùa mưa, trước khi nước lũ tràn về. Trong thời gian qua, An Giang là một trong những tỉnh có diện tích sản xuất lúa, sản lượng và năng suất cao nhất khu vực ĐBSCL.

Bảng 4.7: Diện tích, sản lượng, năng suất lúa phân theo huyện, thị xã, thành phố của tỉnh An Giang giai đoạn năm 2011-2014

Đơn vị	Diện tích (ha)				Sản lượng (tấn)				Năng suất (tấn/ha)			
	2011	2012	2013	2014	2011	2012	2013	2014	2011	2012	2013	2014
Long Xuyên	11.275	11.208	11.704	11.323	74.883	70.884	73.650	79.116	6,64	6,33	6,29	6,99
Châu Đốc	20.101	17.690	19,637	19.520	129.381	114.150	121.770	123.909	6,44	6,45	6,20	6,35
An Phú	31.222	32.354	34.509	34.307	215.438	216.589	211.322	223.582	6,90	6,70	6,12	6,52
Tân Châu	34.367	33.693	31.102	33.431	229.448	224.434	208.579	224.180	6,68	6,66	6,71	6,71
Phú Tân	59.179	59.457	59.727	58.818	384.501	387.437	394.222	395.860	6,50	6,52	6,60	6,73
Châu Phú	92.227	95.872	101.282	95.305	585.974	619.580	668.073	633.784	6,35	6,46	6,60	6,65
Tịnh Biên	41.530	42.068	42.932	42.188	261.413	255.425	252.196	254.662	6,30	6,07	5,87	6,04
Tri Tôn	91.985	98.343	104.318	98.166	524.601	558.127	587.113	574.523	5,70	5,68	5,63	5,85
Châu Thành	69.980	78.813	82.225	82.349	448.842	497.369	517.368	527.820	6,41	6,31	6,29	6,41
Chợ Mới	49.520	49.523	47.361	41.811	310.056	310.296	295.722	264.163	6,26	6,27	6,24	6,32
Thoại Sơn	106.203	106.176	106.543	108.699	692.259	687.236	691.401	721.289	6,52	6,47	6,49	6,64
An Giang	607.590	625.186	641.340	625.917	3.856.796	3.941.526	4.021.415	4.022.888	6,35	6,31	6,27	6,43

Nguồn: Niên giám Thống kê An Giang, năm 2015

Quan sát số liệu ở Bảng 4.7 chúng ta thấy, trong giai đoạn 2011-2014, diện tích trồng lúa tại tỉnh An Giang tăng dần qua mỗi năm, do tất cả huyện, thị xã, thành phố của tỉnh đều sản xuất lúa và sản xuất lúa vụ 3 (vụ Thu Đông).

Các huyện Thoại Sơn, Tri Tôn, Châu Phú, Châu Thành luôn là những huyện có diện tích đất sản xuất lúa nhiều nhất tỉnh trong giai đoạn này. Đây cũng là những huyện có sản lượng lúa cao nhất tỉnh trong thời gian qua cùng với năng suất ngày càng tăng. Trong khi đó, thành phố Long Xuyên, thành phố Châu Đốc, huyện An Phú và thị xã Tân Châu là những đơn vị có diện tích đất sản xuất nông nghiệp thấp nhất tỉnh. Vì thế, sản lượng lúa cũng thấp theo. Tuy nhiên, những vùng này lại đạt mức năng suất cao nhất.

Trong năm 2014, diện tích gieo trồng lúa cả năm của toàn tỉnh An Giang đạt 626 nghìn ha trong đó: vụ Đông Xuân 237.502 ha, Hè Thu 226.038 ha, Thu Đông 157.231 ha và lúa Mùa 5.146 ha. Năng suất lúa bình quân đạt 6,47 tấn/ha, sản lượng lúa đạt 4,048 triệu tấn. Diện tích sản xuất theo mô hình cánh đồng lớn 34.200 ha, tăng 200 ha so năm 2013.

Đạt được những kết quả khả quan như trên do tỉnh đã hỗ trợ một khoản kinh phí góp phần đẩy nhanh tiến độ thực hiện cơ giới hóa trong sản xuất nông nghiệp. Đến năm 2013, toàn tỉnh An Giang có hơn 5.000 máy kéo các loại, đảm nhận cơ giới hơn 90% diện tích canh tác. Khâu tưới tiêu sử dụng bằng động cơ, máy bơm trên toàn bộ diện tích đất sản xuất, trong đó có gần 76% ha tưới tiêu bằng điện với tổng số 1.535 trạm bơm. Thu hoạch lúa bằng cơ giới phát triển nhanh, đến cuối năm 2013, toàn tỉnh có 2.168 máy gặt các loại, trong đó bao gồm: 2.016 máy Nhật và 152 máy khác.

4.3.3 Tình hình chế biến lúa gạo tại tỉnh An Giang

Để nâng cao giá trị hạt gạo, tăng sức cạnh tranh trên thị trường, thời gian qua tỉnh An Giang đã có nhiều chính sách phát triển khâu sau thu hoạch: hỗ trợ vốn tín dụng cho vay không tính lãi trong 3 năm - ngân sách tỉnh cấp bù lãi suất để khuyến khích nông dân, hợp tác xã/tổ hợp tác đầu tư lò sấy, kho chứa... Việc sấy lúa bằng máy vừa góp phần giảm tổn thất sau thu hoạch vừa giữ được chất lượng hạt lúa. Năm 2012, tại An Giang có đến 70% tổng lượng lúa được sấy bằng máy. Hiện nay, để đáp ứng nhu cầu thu hoạch lúa bằng máy gặt đập liên hợp và xu hướng nông dân thích bán lúa tươi ngay tại ruộng nên số lượng máy sấy của tỉnh tăng nhanh đến tháng 10/2014 có 2.544 máy sấy các loại. Loại lò sấy cỡ nhỏ (<10 tấn/mẻ) hoạt động kém hiệu quả, do thời gian sấy dài, chi phí vận hành cao. Vì thế, lò sấy nhỏ ở nông hộ chỉ được các tổ chức, cá nhân sản xuất lúa giống duy trì để sấy lúa giống.

An Giang đang hình thành các cơ sở cung cấp dịch vụ sấy thuê với nhiều máy sấy có công suất lớn (20-40 tấn/mẻ) để sấy thuê lúa tươi cho thương lái, đáp ứng khoảng 75% sản lượng lúa của tỉnh.

Bảng 4.8: Số lượng máy sấy của tỉnh An Giang (2011-2014)

Năm	Tổng số (cái)	Công suất sấy (tấn/mẻ)		
		04-10	>10-20	>20-40
2011	2.327	817	778	732
2013	2.413	604	1.183	626
10/2014	2.544	668	1.124	752

Nguồn: Sở NN&PTNT An Giang, 2015

Ngoài ra một số doanh nghiệp như Công ty Cổ phần Bảo vệ thực vật An Giang, Công ty Angimex, Aflix, ... thực hiện tiêu thụ lúa cánh đồng mẫu đã đầu tư lò sấy hiện đại có công suất hàng trăm tấn/ngày (500 tấn/ngày) để phục vụ sấy lúa vùng nguyên liệu ở những cánh đồng mẫu lớn.

4.3.4 Tình hình tiêu thụ lúa gạo tại tỉnh An Giang

4.3.4.1 Tình hình tiêu thụ gạo tại thị trường tỉnh An Giang

Hiện nay, lượng gạo sản xuất ra hàng năm chủ yếu được xuất khẩu ra nước ngoài, sản lượng tiêu thụ nội địa chiếm tỷ trọng thấp. Năm 2013, mức tiêu dùng gạo bình quân đầu người một tháng ở An Giang là 9,6 kg, bao gồm gạo nấu thành cơm và các sản phẩm làm từ gạo như hủ tiếu, bánh phở, bánh tráng... Với dân số năm 2013 ở An Giang là 2.155.323 người thì tổng sản lượng gạo tiêu thụ trung bình của tỉnh khoảng 20.691 tấn.

Bảng 4.9: Mức tiêu dùng gạo bình quân đầu người một tháng ở An Giang

Chỉ tiêu	ĐVT	Năm 2010	Năm 2012	Năm 2013
Gạo	Kg	8,6	9,2	8,9
Lương thực khác (quy gạo)	Kg	0,8	0,6	0,7
Tổng cộng	Kg	9,4	9,8	9,6
Dân số	Người	2.148.866	2.153.716	2.155.323

Nguồn: Niên giám Thống kê An Giang, năm 2014

Ngoài lượng lúa được xay xát thành gạo thành phẩm, một lượng lúa khác được nông dân giữ lại làm giống cho vụ mùa sau (khoảng 120-150kg/ha). Đây cũng là xu hướng chung của nông dân vùng ĐBSCL, vì theo kết quả nghiên cứu của Đào Thế Anh và Thái Văn Tình (2015), 63% nông dân trồng lúa vùng ĐBSCL dùng giống tự lưu giữ lại. Tuy nhiên, cách làm này thường không mang lại năng suất và chất lượng cao khi thu hoạch nên xu hướng hiện nay là nông dân mua lúa giống nguyên chuẩn ở các đại lý hay được doanh nghiệp liên kết cung cấp nguồn giống lúa có chất lượng cao, thuần chủng để sản xuất.

4.3.4.2 Tình hình xuất khẩu gạo

Những năm gần đây, An Giang chú trọng đến ứng dụng khoa học kỹ thuật vào sản xuất nên sản lượng lúa và chất lượng gạo ngày một nâng cao. Hàng năm, tỉnh An Giang xuất khẩu gạo sang hơn 70 nước, vùng, lãnh thổ trên thế giới.

Bảng 4.10: Tình hình xuất khẩu gạo của tỉnh An Giang giai đoạn 2010-2014

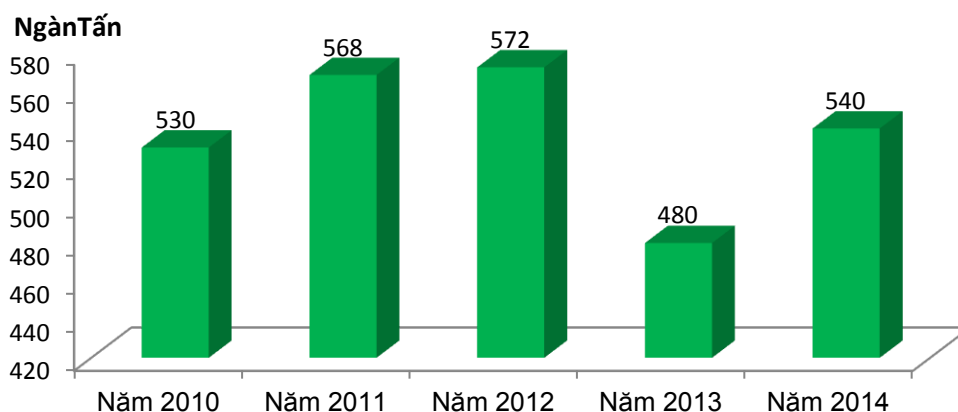
Đơn vị tính: Triệu tấn

Vùng	Năm 2010	Năm 2011	Năm 2012	Năm 2013	Năm 2014
Cả nước	6,754	7,105	7,720	6,681	6,350
ĐBSCL	6,010	6,750	6,800	5,840	6,000
An Giang	0,530	0,568	0,572	0,480	0,540

Nguồn: Hiệp hội Lương thực Việt Nam, Niên giám Thống kê An Giang, Sở Công thương An Giang, năm 2014 và năm 2015

Năm 2010, vùng ĐBSCL đã xuất khẩu được 6,01 triệu tấn gạo, trong đó tỉnh An Giang đã xuất khẩu được 530 ngàn tấn với tổng kim ngạch đạt gần 224,5 triệu USD. Giá xuất khẩu gạo bình quân cả năm là 421,7 USD/tấn. Thị trường xuất khẩu gạo chủ yếu của An Giang là Châu Phi (chiếm 54,2% trong tổng lượng xuất trực tiếp), Châu Á (chiếm 34,4%), còn lại là 9 nước Châu Âu, 5 nước Châu Mỹ và 4 nước Châu Đại Dương.

Năm 2011 sản lượng gạo xuất khẩu của tỉnh An Giang đạt 568 ngàn tấn và tiếp tục tăng lên 572 ngàn tấn (chiếm 7,4% tổng sản lượng xuất khẩu cả nước) trong năm 2012, góp phần đưa Việt Nam vượt qua Thái Lan trở thành quốc gia xuất khẩu gạo lớn thứ hai thế giới sau Ấn Độ. Tuy nhiên, sang năm 2013, sản lượng gạo xuất khẩu giảm còn 480 ngàn tấn mang về 203 triệu USD. Đây là khó khăn chung của ngành lúa gạo Việt Nam trong thời gian này, do chúng ta có thêm một số quốc gia tham gia hoạt động xuất khẩu gạo như Ấn Độ, Myanmar, Pakistan. Trong năm 2013, Việt Nam là quốc gia đứng thứ 3 thế giới về xuất khẩu gạo sau Ấn Độ và Thái Lan.



Nguồn: Sở Công thương An Giang, năm 2015

Hình 4. 2: Sản lượng gạo xuất khẩu của tỉnh An Giang

Tính đến năm 2014, An Giang có 17 doanh nghiệp xuất khẩu gạo (trong tổng số 150 doanh nghiệp xuất khẩu gạo của cả nước), đáp ứng được điều kiện xuất khẩu gạo theo Nghị định 109 về kinh doanh xuất khẩu gạo của Chính phủ. Trong năm này, các doanh nghiệp tỉnh An Giang đã xuất được 540 ngàn tấn gạo (chiếm 8,5% tổng sản lượng gạo xuất khẩu của cả nước), đạt tương đương 240 triệu USD, tăng 18,8% về lượng và tăng 21% về kim ngạch so cùng kỳ. Như vậy, trong giai đoạn 2010-2014, tỉnh An Giang đạt sản lượng gạo xuất khẩu cao nhất ở năm 2012 và thấp nhất ở năm 2013.

CHƯƠNG 5

KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU VÀ THẢO LUẬN

Trong chương 5, các nội dung chính được trình bày bao gồm: (i) Phân tích thực trạng sản xuất và tiêu thụ lúa gạo của nông hộ nghèo tại tỉnh An Giang; (ii) Chuỗi giá trị sản phẩm gạo tỉnh An Giang; (iii) Phân tích hoạt động của các tác nhân tham gia chuỗi giá trị sản phẩm gạo tỉnh An Giang; (iv) Phân tích quan hệ liên kết trong chuỗi giá trị sản phẩm gạo tỉnh An Giang; (v) Giá trị gia tăng và phân phối giá trị gia tăng của các tác nhân tham gia chuỗi; (vi) Phân tích rủi ro của các tác nhân tham gia chuỗi giá trị sản phẩm gạo tỉnh An Giang; (vii) Giải pháp nâng cao giá trị gia tăng sản phẩm gạo góp phần nâng cao thu nhập cho nông hộ nghèo trồng lúa tại tỉnh An Giang.

5.1 PHÂN TÍCH THỰC TRẠNG SẢN XUẤT VÀ TIÊU THỤ LÚA GẠO CỦA NÔNG HỘ NGHÈO TẠI TỈNH AN GIANG

5.1.1 Giới thiệu đặc điểm của các nhóm nông hộ trồng lúa

Nông hộ là những người trực tiếp sản xuất ra hạt lúa và là tác nhân đầu tiên trong chuỗi giá trị. Thông tin về nông hộ trồng lúa giữa hai nhóm nghèo và không nghèo tại An Giang được trình bày trong Bảng 5.1.

Bảng 5.1: Đặc điểm của các nhóm nông hộ trồng lúa tỉnh An Giang

Chỉ tiêu	Nhóm hộ	ĐVT	Trung bình	Mức ý nghĩa	Thấp nhất	Cao nhất
Tuổi	Nghèo	Năm	48,04	0,048 ^{**}	27	71
	Không nghèo	Năm	45,53		23	72
Nhân khẩu trồng lúa	Nghèo	Người	2,19	0,413 ^{ns}	1	4
	Không nghèo	Người	1,91		1	7
Trình độ học vấn	Nghèo	Năm	3,26	0,015 ^{**}	0	12
	Không nghèo	Năm	6,80		0	14
Kinh nghiệm	Nghèo	Năm	23,07	0,084 [*]	3	53
	Không nghèo	Năm	20,97		2	51
Diện tích đất trồng lúa	Nghèo	Ha	0,62	0,000 ^{***}	0,1	1,4
	Không nghèo	Ha	2,58		0,4	10,3
Năng suất lúa	Nghèo	Tấn/ha	5,86	0,011 ^{**}	3,68	7,43
	Không nghèo	Tấn/ha	6,36		2,86	8,18

Nguồn: Khảo sát 250 nông hộ trồng lúa tại An Giang, năm 2014

Ghi chú: * mức ý nghĩa 10%, ** mức ý nghĩa 5%, *** mức ý nghĩa 1%, ^{ns} không có sự khác biệt

Tuổi: Ở mức ý nghĩa 5%, có sự khác biệt về tuổi giữa hai nhóm nông hộ được khảo sát. Nhóm nông hộ nghèo có tuổi trung bình là 48, trong khi nhóm nông hộ không nghèo có độ tuổi trung bình thấp hơn là 45. Tuổi tác có ảnh hưởng rất lớn đến khả năng tiếp thu và ứng dụng tiến bộ khoa học kỹ thuật vào trong sản xuất. Ở độ tuổi này, cả hai nhóm nông hộ đều có khả năng nhận biết và tiếp thu kỹ thuật sản xuất mới để gia tăng hiệu quả sản xuất.

Nhân khẩu trồng lúa: Kết quả khảo sát cho thấy, trong cả hai nhóm nông hộ thì không có sự khác biệt về nhân khẩu tham gia trồng lúa, bình quân mỗi hộ có khoảng 2 người. Hiện nay tại An Giang, việc trồng lúa phần lớn được cơ giới hóa nên không đòi hỏi phải sử dụng nhiều lao động trong suốt quá trình sản xuất. Công lao động được đòi hỏi nhiều ở giai đoạn chuẩn bị đất, gieo sạ, cấy và giai đoạn cuối khi thu hoạch. Ngoài ra, do trồng lúa là công việc nặng nhọc, đòi hỏi có sức khỏe và kinh nghiệm nên đa số công việc đồng áng do nam giới trong gia đình trực tiếp thực hiện. Điều này cũng giới hạn một phần nhân lực tham gia vào quá trình sản xuất lúa của nông hộ. Khi cần thiết phải có nhiều nhân lực, nông hộ không nghèo có thể chủ động thuê lao động ngoài tại địa phương. Đối với nhóm nông hộ nghèo, quy mô về nhân khẩu trồng lúa không lớn, tương thích với quy mô canh tác nhỏ lẻ của hộ. Bên cạnh đó, do là hộ nghèo nên các thành viên trong gia đình có xu hướng tìm việc làm ở lĩnh vực phi nông nghiệp và xa địa phương. Điều này đã tạo ra sự khan hiếm nguồn nhân lực phục vụ cho công việc trồng lúa tại An Giang trong thời gian qua.

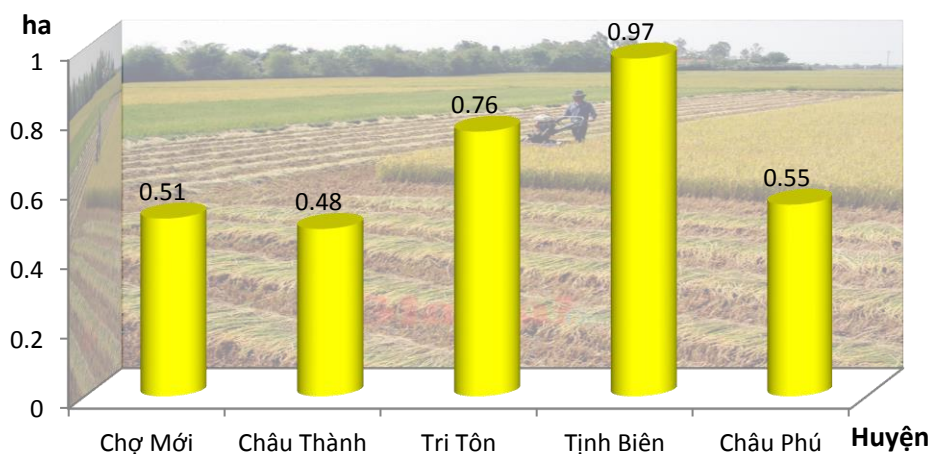
Trình độ học vấn: Có sự khác biệt về trình độ học vấn giữa hai nhóm nông hộ được nghiên cứu. Nhóm nông hộ nghèo có trình độ học vấn trung bình ở cấp 1 (lớp 3) trong khi nhóm nông hộ không nghèo đạt trình độ trung bình ở cấp 2 (lớp 7). Ngoài ra, trong mỗi nhóm nông hộ đều có sự chênh lệch đáng kể về trình độ học vấn giữa người không biết chữ và người có trình độ ở bậc trung cấp hay cao đẳng. Nhóm nông hộ nghèo có trình độ học vấn thấp do đa số chủ hộ là người có độ tuổi trung bình cao, họ đã trải qua thời kỳ kinh tế khó khăn, vì cuộc sống vất vả nên không có điều kiện học tập tốt. Thông thường khi gia đình có hoàn cảnh kinh tế khó khăn, người dân thường chú trọng tìm việc làm mang đến thu nhập để cải thiện kinh tế gia đình hơn là đầu tư cho việc học. Mặt bằng dân trí thấp là nguyên nhân dẫn đến nhiều khó khăn cho nông hộ nghèo khi tiếp thu kỹ thuật sản xuất mới và tiếp cận thông tin thị trường thông qua các phương tiện truyền thông, lớp tập huấn.

Kinh nghiệm: Nghề trồng lúa từ xa xưa đã là nghề truyền thống của nông dân Việt Nam. Cây lúa trở thành cây trồng chủ lực và truyền thống của nhiều tỉnh khu vực ĐBSCL, trong đó có An Giang. Vì thế, người dân nơi đây

đều có nhiều kinh nghiệm trong nghề này. Ở mức ý nghĩa 10%, kết quả khảo sát cho thấy có sự khác biệt về kinh nghiệm trồng lúa giữa hai nhóm nông hộ nghèo và không nghèo. Đối với nông hộ nghèo, kinh nghiệm trồng lúa mà nông dân có được thấp nhất là 3 năm và cao nhất là 53 năm. Trong khi đó, nông hộ không nghèo có số năm kinh nghiệm thấp nhất là 2 năm và cao nhất là 51 năm. Với kinh nghiệm dày dặn hiện có của cả hai nhóm nông hộ, họ hoàn toàn có khả năng dự đoán được sâu bệnh, chế độ nước tưới, sử dụng phân thuốc hợp lý trong quá trình canh tác lúa trên đồng ruộng. Tuy nhiên, kinh nghiệm lâu năm cũng tiềm ẩn nhiều vấn đề. Một số nông hộ có nhiều kinh nghiệm có tâm lý bảo thủ, chỉ sản xuất dựa trên nền tảng kinh nghiệm sẵn có mà không quan tâm tiếp thu những kỹ thuật mới trong sản xuất.

Diện tích trồng lúa: Với kết quả kiểm định t-test ở mức ý nghĩa 1%, có sự khác biệt về diện tích trồng lúa giữa hai nhóm nông hộ. Nhóm nông hộ nghèo có diện tích trồng lúa trung bình là 0,62 ha/hộ (được xem là quy mô nhỏ). Diện tích này không chỉ thấp hơn so với diện tích trồng lúa của nông hộ không nghèo (trung bình 2,58 ha/hộ) tại An Giang mà còn thấp hơn so với diện tích đất trồng lúa bình quân hộ ở vùng ĐBSCL (khoảng 1,29 ha/hộ). Nông hộ nghèo có diện tích trồng lúa nhỏ như thế phù hợp với kết luận của Ngân hàng thế giới (2010): ‘‘Mối quan hệ giữa tình trạng không đất và nghèo ngày càng chặt chẽ, đặc biệt đối với các hộ sống ở ĐBSCL’’. Như vậy, với diện tích đất khá nhỏ, manh mún đã mang đến nhiều khó khăn cho nông hộ nghèo trong quá trình sản xuất cũng như trong việc liên kết sản xuất – tiêu thụ với các doanh nghiệp. Ngoài ra, theo Vũ Anh Pháp (2015), khi nông dân trồng lúa với diện tích nhỏ hơn 1ha thường không có lợi nhuận.

Trong 70 nông hộ nghèo, tại mức ý nghĩa 5%, có sự khác biệt về diện tích đất trồng lúa giữa các địa phương. Hộ nghèo ở các huyện Tịnh Biên và Tri Tôn có diện tích đất nhiều hơn so với hộ nghèo ở 3 huyện còn lại.

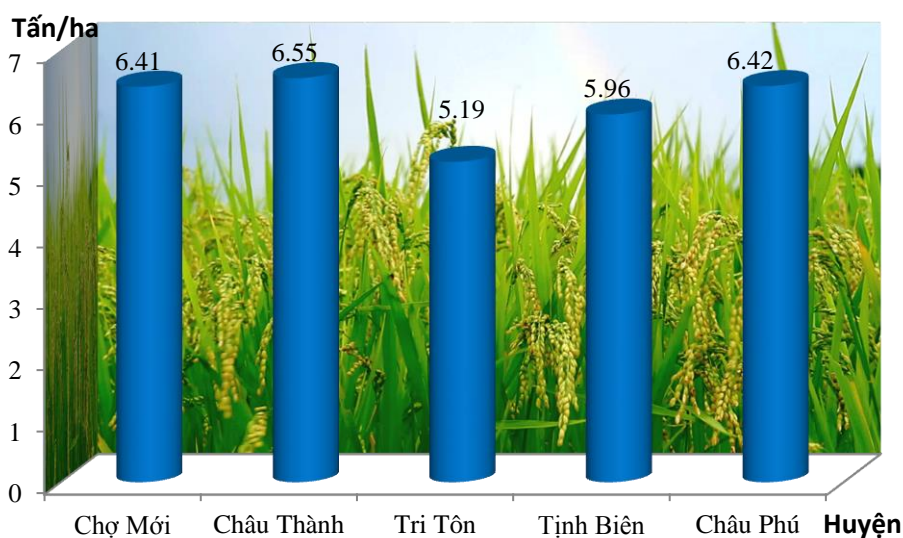


Nguồn: Khảo sát 70 nông hộ nghèo trồng lúa tại An Giang, năm 2014

Hình 5. 1: Diện tích đất trồng lúa của nông hộ nghèo theo địa phương

Năng suất: Kết quả khảo sát cũng cho thấy năng suất trung bình đạt được của nhóm nông hộ nghèo là 5,86 tấn/ha thấp hơn so với năng suất trung bình của nhóm nông hộ không nghèo là 6,36 tấn/ha. Các nông hộ nghèo rất ít tham gia tập huấn kỹ thuật và không tham gia mô hình liên kết với doanh nghiệp nên không nhận được hỗ trợ về kỹ thuật, chỉ dựa vào kinh nghiệm bản thân để canh tác nên năng suất không cao. Trong 70 nông hộ nghèo được khảo sát, chỉ có 44,3% hộ nghèo đạt mức năng suất lớn hơn 6,0 tấn/ha. Mức năng suất từ 4-6 tấn/ha chiếm tỷ lệ nhiều nhất (50% tổng số hộ), chỉ có 5,7% số hộ có mức năng suất thấp dưới 4 tấn/ha.

Ở mức ý nghĩa 5% có sự khác biệt về năng suất lúa đạt được của nhóm nông hộ nghèo tại các địa phương. Do điều kiện tự nhiên thuận lợi hơn nên hộ nghèo ở 3 huyện Chợ Mới, Châu Thành và Châu Phú đạt được năng suất lúa cao hơn so với hộ nghèo ở Tri Tôn và Tịnh Biên (là hai huyện biên giới và có đồi núi). Ngoài điều kiện tự nhiên, phương thức canh tác truyền thống còn là yếu tố ảnh hưởng đến năng suất khác nhau (đa số hộ nghèo tại Tịnh Biên và Tri Tôn là người Khmer trong khi hộ nghèo ở 3 huyện còn lại là người Kinh).



Nguồn: Khảo sát 70 nông hộ nghèo trồng lúa tại An Giang, năm 2014

Hình 5. 2: Năng suất lúa của nông hộ nghèo theo địa phương

5.1.2 Thực trạng sản xuất lúa của nông hộ nghèo và không nghèo

5.1.2.1 Mùa vụ canh tác

Hiện nay, sản xuất lúa trong năm được chia làm 3 vụ. Đó là vụ Đông Xuân, vụ Hè Thu và vụ Thu Đông. Kết quả khảo sát cho thấy ở mức ý nghĩa 10%, nhóm nông hộ nghèo canh tác trung bình 2 vụ lúa/năm, trong khi nhóm nông hộ không nghèo sản xuất trung bình 3 vụ/năm. Các nông hộ trồng lúa

trên địa bàn tỉnh An Giang đều sản xuất lúa vụ Đông Xuân, vì đây là vụ mùa chính trong năm với điều kiện tự nhiên thuận lợi nhất cho quá trình sản xuất và mang đến năng suất cao nhất so với các vụ còn lại.

Bảng 5. 2: Số mùa vụ canh tác của các nhóm nông hộ trồng lúa tại An Giang

Đơn vị tính: Vụ

Chỉ tiêu	Nhóm hộ	Trung bình	Mức ý nghĩa	Thấp nhất	Cao nhất
Số vụ mùa canh tác	Nghèo	2	0,061*	2	3
	Không nghèo	3			

Nguồn: Khảo sát 250 nông hộ trồng lúa tại An Giang, năm 2014

Ghi chú: *: ý nghĩa ở mức 10%

Vụ Hè Thu có điều kiện thời tiết kém thuận lợi hơn nhưng vẫn cho năng suất ổn định nên nông hộ vẫn chọn trồng lúa ở vụ này. Vụ Thu Đông là vụ tăng thêm do chính sách khuyến nông tăng vụ của Nhà nước. Tuy nhiên vụ Thu Đông gặp nhiều khó khăn trong quá trình canh tác về điều kiện thủy lợi (tưới tiêu nước, ngăn lũ...), điều kiện tự nhiên làm cho chi phí sản xuất tăng lên. Vì thế, phần lớn nông hộ nghèo đã không sản xuất vụ Thu Đông, trong khi nhóm nông hộ không nghèo vẫn tiếp tục sản xuất vụ này.

5.1.2.2 Giống lúa canh tác

Giống lúa có vai trò rất quan trọng vì giống lúa ảnh hưởng đến năng suất và chất lượng hạt lúa được tạo ra cũng như ảnh hưởng đến khả năng tiêu thụ và thu nhập của nông hộ trồng lúa. Kết quả Bảng 5.3 cho thấy hệ số kiểm định của Chi bình phương là rất thấp (Sig.= 0,000) cho thấy có sự khác biệt về giống lúa canh tác của các nhóm nông hộ trên địa bàn tỉnh An Giang.

Bảng 5.3: Giống lúa được các nhóm nông hộ chọn sản xuất tại tỉnh An Giang

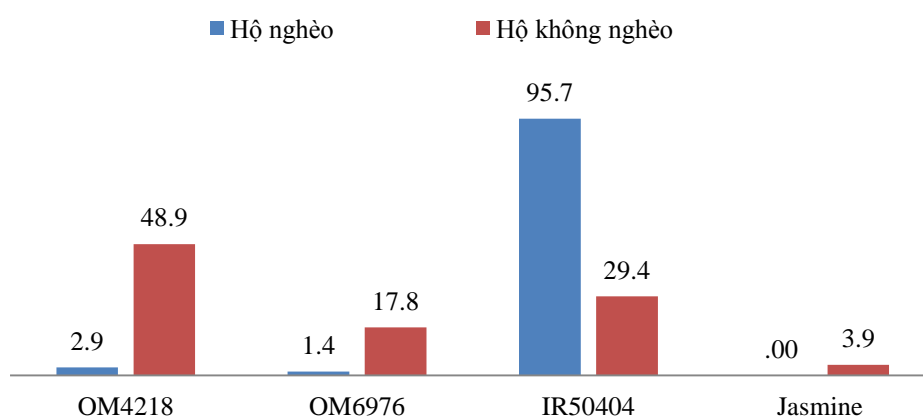
Giống lúa	Nông hộ nghèo		Nông hộ không nghèo	
	Số hộ	Tỷ trọng (%)	Số hộ	Tỷ trọng (%)
OM4218	2	2,9	88	48,9
OM6976	1	1,4	32	17,8
IR50404	67	95,7	53	29,4
Jasmine	0	0,0	7	3,9
Tổng	70	100,0	180	100,0
Giá trị kiểm định Chi bình phương			88,706 ^a	
Hệ số Sig.			0,000 ^{***}	

Nguồn: Khảo sát 250 nông hộ trồng lúa tại An Giang, năm 2014

Ghi chú: %; ***: ý nghĩa ở mức 1%

Theo kết quả khảo sát, có 3 giống lúa được các nông hộ nghèo chọn để sản xuất là OM4218, OM6976 và IR50404. Trong đó, giống IR50404 được các nông hộ nghèo chọn trồng nhiều nhất (chiếm đến 95,7%). Đây là giống lúa

đễ trồng và chăm sóc, có thời gian sinh trưởng ngắn (từ 95-100 ngày), phù hợp thổ nhưỡng, năng suất cao. Tuy nhiên, đây là giống lúa có phẩm chất gạo trung bình, giá bán trên thị trường không cao và không ổn định, thời gian tồn trữ ngắn, dễ nhiễm dịch bệnh. Hiện nay, Bộ NN&PTNT và các ngành chức năng nhiều lần khuyến cáo nông dân nên hạn chế trồng giống IR50404 trong các mùa vụ. Vì thế, hộ nghèo chọn giống lúa thường IR50404 để canh tác là một giải pháp an toàn nhưng là một trong những yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến thu nhập của nông hộ trong thời gian qua tại An Giang.



Nguồn: Khảo sát 250 nông hộ trồng lúa tại An Giang, năm 2014

Hình 5. 3: Tỷ trọng các giống lúa được chọn sản xuất tại An Giang

Trong khi đó đối với nhóm nông hộ không nghèo, kết quả khảo sát cũng cho thấy có 48,9% nông hộ chọn giống lúa OM4218 và 17,8% nông hộ chọn giống OM6976 canh tác trong vụ Đông Xuân vừa qua. Đây là hai giống lúa chất lượng tốt và năng suất cao, giá bán tốt và đáp ứng được nhu cầu xuất khẩu. Ngoài ra, nhóm nông hộ không nghèo dễ dàng chọn canh tác các giống lúa chất lượng cao vì họ tham gia mô hình sản xuất liên kết nên đã sử dụng giống lúa, phân bón do doanh nghiệp cung cấp cũng như tuân thủ theo quy trình sản xuất của doanh nghiệp nhằm đảm bảo tính đồng nhất, ổn định của vùng nguyên liệu lúa.

5.1.2.3 Nguồn gốc lúa giống canh tác

Nguồn gốc lúa giống được nông hộ mua về sản xuất quan trọng vì có liên quan đến chất lượng và chi phí sản xuất. Với kết quả kiểm định Chi bình phương ở mức ý nghĩa 1% cho thấy có sự khác biệt về nguồn gốc lúa giống canh tác giữa hai nhóm nông hộ nghèo và không nghèo tại An Giang.

Bảng 5.4: Nguồn gốc lúa giống của các nhóm nông hộ tại tỉnh An Giang

Nguồn gốc giống lúa	Nông hộ nghèo		Nông hộ không nghèo	
	Số hộ	Tỷ trọng (%)	Số hộ	Tỷ trọng (%)
Từ hàng xóm	6	8,6	19	10,6
Giống tự có	21	30,0	29	16,0
Công ty cung cấp	0	0,0	82	45,6
Cơ sở sản xuất giống địa phương	43	61,4	50	27,8
Tổng	70	100,0	180	100,0
Giá trị kiểm định Chi bình phương			52,290	
Hệ số Sig.			0,000***	

Nguồn: Khảo sát 250 nông hộ trồng lúa tại An Giang, năm 2014

*Ghi chú: *** ý nghĩa ở mức 1%*

Nông hộ nghèo mua lúa giống để sản xuất từ 3 nguồn cung cấp chủ yếu là: cơ sở sản xuất giống địa phương (chiếm 61,4%), nông hộ tự để lúa lại làm giống từ vụ trước (chiếm 30%) và rất ít nông hộ nghèo (8,6%) mua lúa giống từ hàng xóm. Mặc dù phần lớn lúa giống được các nông hộ nghèo mua từ các cơ sở địa phương, không chỉ tỉnh An Giang mà cả vùng ĐBSCL, công tác kiểm soát chất lượng lúa giống còn nhiều bất cập trong thời gian qua. Theo báo cáo của Cục Trồng trọt (Bộ NN&PTNT, 2014), tỷ lệ lúa giống xác nhận tại ĐBSCL chỉ đạt 15% đối với cấp chính quy và 25% cấp nông hộ. Chất lượng lúa giống đã ảnh hưởng lớn đến năng suất, sản lượng lúa và phẩm cấp gạo đạt được của nhóm nông hộ này.

Trong khi đó, đối với nhóm nông hộ không nghèo có đến 45,6% nông hộ sản xuất lúa được cung cấp giống từ các doanh nghiệp liên kết sản xuất. Và đây chính là sự khác biệt lớn về nguồn gốc lúa giống giữa hai nhóm nông hộ. Lúa giống được các doanh nghiệp cung cấp thường là các giống lúa có chất lượng cao theo yêu cầu thị trường nên khi canh tác, nông hộ thường đạt được năng suất và sản lượng cao. Ngoài ra, một số nông hộ không nghèo không liên kết còn mua lúa giống từ cơ sở sản xuất giống tại địa phương (chiếm 27,8%) hay sử dụng lúa giống của gia đình từ vụ trước để lại. Một số ít nông hộ mua lúa giống từ hàng xóm (chiếm 10,6%).

5.1.2.4 Lý do chọn giống lúa

Có nhiều yếu tố đã ảnh hưởng đến quyết định chọn giống lúa của hai nhóm nông hộ nghèo và không nghèo như: dễ trồng, phù hợp với đất đai, năng suất cao, sinh trưởng tốt, lợi nhuận cao, dễ chăm sóc và do nhu cầu thị trường. Kết quả kiểm định cho thấy có sự khác biệt trong việc ưu tiên các yếu tố ảnh hưởng đến sự lựa chọn giống lúa sản xuất của hai nhóm nông hộ được khảo sát như: “dễ trồng” và “theo nhu cầu thị trường” (ở mức ý nghĩa 10%), “sinh trưởng tốt” (ở mức ý nghĩa 5%).

Bảng 5.5: Lý do chọn giống lúa của các nhóm nông hộ tỉnh An Giang

Nguồn gốc giống lúa	Nông hộ nghèo		Nông hộ không nghèo		Giá trị kiểm định Chi bình phương	
	Tần suất	Tỷ lệ (%)	Tần suất	Tỷ lệ (%)	Giá trị	Hệ số Sig.
Dễ trồng	34	48,6	109	60,6	2,957	0,058*
Phù hợp đất đai	24	34,3	58	32,2	0,097	0,433 ^{ns}
Năng suất cao	43	61,4	107	59,4	0,083	0,445 ^{ns}
Sinh trưởng tốt	14	20,0	72	40,0	8,934	0,002**
Lợi nhuận cao hơn các cây khác	18	25,7	54	30,0	0,451	0,305 ^{ns}
Dễ chăm sóc, ít sâu bệnh	19	27,1	50	27,8	0,010	0,527 ^{ns}
Theo nhu cầu thị trường	3	4,3	29	16,1	6,314	0,007*

Nguồn: Khảo sát 250 nông hộ trồng lúa tại An Giang, năm 2014

Ghi chú: *: ý nghĩa ở mức 10%; **: ý nghĩa ở mức 5%; ns: không có ý nghĩa

Đối với nhóm nông hộ nghèo, yếu tố “dễ trồng” nghĩa là giống lúa được chọn sản xuất (cụ thể là giống IR50404) đã được gia đình canh tác nhiều năm nên họ hiểu rõ đặc điểm sinh trưởng, và phương thức canh tác giống lúa phù hợp với người sản xuất khó tiếp cận những kỹ thuật sản xuất mới. Đồng thời, giống lúa được lựa chọn phải đảm bảo tiêu chí “theo nhu cầu thị trường” hay nói cách khác là dễ tiêu thụ, bởi trong thời gian qua “gạo xuất khẩu của Việt Nam chủ yếu vẫn là gạo thường và gạo chất lượng thấp” (Nguyễn Đức Thành và cộng sự, 2015). Trong khi đó, đối với nhóm nông hộ không nghèo, thị trường tiêu thụ sản phẩm không chỉ thương lái mà còn có nhà máy xay xát, công ty lương thực nên việc lựa chọn giống lúa trồng (thường là các giống chất lượng cao) bị ảnh hưởng rất nhiều từ các đối tác này, nhất là những nông hộ không nghèo tham gia mô hình liên kết sản xuất với doanh nghiệp.

Các yếu tố ảnh hưởng khác, bao gồm yếu tố “phù hợp đất đai”, “năng suất cao”, “lợi nhuận cao hơn các cây khác” và “dễ chăm sóc, ít sâu bệnh” không có sự khác biệt giữa hai nhóm, do sản xuất lúa trên cùng địa bàn nên thổ nhưỡng là như nhau. Ngoài ra, đạt năng suất cao, dễ chăm sóc là những tiêu chí mà nông hộ nào cũng mong muốn đạt được.

5.1.2.5 Kỹ thuật trồng lúa

Kết quả thống kê ở Bảng 5.6 cho thấy chỉ có 8,6% nông hộ nghèo có tham gia tập huấn và 2,9% nông hộ nghèo có ứng dụng mô hình sản xuất theo khuyến cáo của ngành nông nghiệp như mô hình “3 giảm 3 tăng”. Nguyên nhân của tình trạng trên do diện tích đất canh tác nhỏ lẻ nên hộ nghèo rất ít được mời tham dự các buổi tập huấn. Ngoài ra, trình độ học vấn thấp và tâm lý mặc cảm vì nghèo cũng là rào cản để nông hộ nghèo tích cực tham dự các buổi tập huấn được tổ chức tại địa phương.

Bảng 5.6: Kỹ thuật trồng lúa của nông hộ nghèo tỉnh An Giang

Khoản mục	Số hộ (hộ)	Tỷ trọng (%)
Số lần tham gia tập huấn	70	100,0
0	64	91,4
1	3	4,3
2	2	2,9
3	1	1,4
Áp dụng TBKT	70	100,0
Có	2	2,9
Không	68	97,1

Nguồn: Khảo sát 70 nông hộ nghèo trồng lúa tại An Giang, năm 2014

Các nông hộ nghèo không tham gia mô hình liên kết nên họ không nhận được sự hỗ trợ về giống lúa cũng như kỹ thuật sản xuất từ doanh nghiệp liên kết, dù được sự tư vấn của cán bộ khuyến nông tại địa phương. Do đó, họ chủ yếu canh tác dựa theo kinh nghiệm bản thân, ít hoặc không áp dụng khoa học kỹ thuật vào sản xuất. Kết quả khảo sát cho thấy có đến 97,1% nông hộ nghèo không áp dụng tiến bộ kỹ thuật vào sản xuất. Điều này đã ảnh hưởng đến năng suất và sản lượng lúa đạt được trong mùa vụ của họ.

5.1.2.6 Vốn đầu tư trồng lúa

Để sản xuất lúa, nông hộ cần một khoản vốn mua lúa giống, vật tư nông nghiệp và thuê lao động. Bảng 5.7 trình bày hiện trạng nguồn vốn của nông hộ nghèo và không nghèo trồng lúa ở An Giang.

Bảng 5. 7: Hiện trạng vay vốn của các nhóm nông hộ trồng lúa tỉnh An Giang

Vay vốn	Hộ nghèo		Hộ không nghèo	
	Số hộ (hộ)	Tỷ trọng (%)	Số hộ (hộ)	Tỷ trọng (%)
Mua chịu VTNN	25	35,7	145	80,6
Ngân hàng NN&PTNT	0	0,0	19	10,5
Vốn trong gia đình	45	64,3	16	8,9
Tổng	70	100,0	180	100,0

Nguồn: Khảo sát 250 nông hộ trồng lúa tại An Giang, năm 2014

Kết quả khảo sát cho thấy đối với hình thức vay vốn bằng cách mua chịu VTNN từ các đại lý đều được nông hộ của hai nhóm nghèo và không nghèo sử dụng. Tuy nhiên, hình thức vay vốn từ ngân hàng NN&PTNT thì không có một nông hộ nghèo trồng lúa nào thực hiện. Nguyên nhân vì họ không có tài sản thế chấp để có thể tiếp cận được nguồn vốn này cũng như nông hộ nghèo cần phải thực hiện nhiều thủ tục khi vay vốn ngân hàng. Do đó, trong nhóm nông hộ nghèo có đến 64,3% hộ sử dụng nguồn vốn của gia đình để đầu tư cho việc trồng lúa mà khoản vốn này thường không đủ để trang trải cho các khoản chi phí. Trong khi đó, nhóm nông hộ không nghèo tiếp cận được nguồn

vốn vay từ ngân hàng (chiếm 10,5%) nên việc sử dụng vốn từ gia đình để sản xuất lúa tương đối thấp (chiếm 8,9%).

Để sản xuất tốt hơn, cả hai nhóm nông hộ đều có nhu cầu vay vốn. Số tiền vay và lãi suất vay của các nhóm nông hộ được trình bày ở Bảng 5.8.

Bảng 5.8: Nhu cầu vay vốn của các nhóm nông hộ trồng lúa tỉnh An Giang

Chỉ tiêu	Nhóm hộ	ĐVT	Trung bình	Ý nghĩa	Thấp nhất	Cao nhất
Số tiền vay	Nghèo	Triệu đồng	13,9	0,000 ^{***}	4,8	24,5
	Không nghèo	Triệu đồng	32,1		7,7	101,4
Lãi suất	Nghèo	%/tháng	2,20	0,603 ^{ns}	1,0	3,0
	Không nghèo	%/tháng	1,76		1,0	3,0

Nguồn: Khảo sát 250 nông hộ trồng lúa tại An Giang, năm 2014

*Ghi chú: *** có ý nghĩa ở mức $\alpha = 1\%$; ^{ns} không có ý nghĩa thống kê*

Ở mức ý nghĩa 1%, có sự khác biệt về số tiền vay đầu tư cho sản xuất lúa giữa hai nhóm nông hộ nghèo và không nghèo. Các nông hộ trồng lúa thuộc nhóm nghèo cần vay vốn trung bình 13,9 triệu đồng cho một vụ sản xuất lúa. Trong khi đó, nhóm nông hộ không nghèo có nhu cầu vay vốn cao gấp 2 lần so với hộ nghèo, trung bình là 32,1 triệu đồng. Đặc biệt có những hộ có nhu cầu vay nhiều nhất là 101,4 triệu đồng. Như vậy, nhu cầu vay vốn của hai nhóm nông hộ được khảo sát là khác nhau. Và số tiền đầu tư cho mùa vụ đã ảnh hưởng đến kết quả sản xuất lúa của nông hộ.

5.1.2.7 Diện tích trồng lúa

Diện tích đất trồng lúa của nông hộ nghèo rất nhỏ, trung bình 0,62 ha/hộ, thấp hơn diện tích đất trồng lúa bình quân ở ĐBSCL (khoảng 1,29 ha/hộ) nhưng cao hơn diện tích đất bình quân của cả nước (là 0,44 ha/hộ). Kết quả thống kê ở Bảng 5.9 cho ta thấy, có đến 74,3% nông hộ nghèo được khảo sát có diện tích đất nhỏ hơn 1 ha. Số nông hộ nghèo có diện tích đất trên 1 ha chỉ có 25,7% tổng nông hộ được khảo sát.

Bảng 5.9: Diện tích đất trồng lúa của nông hộ nghèo tỉnh An Giang

Diện tích	Số hộ (hộ)	Tỷ trọng (%)
Nhỏ hơn 1 ha	52	74,3
Từ 1 ha trở lên	18	25,7
Tổng	70	100,0

Nguồn: Khảo sát 70 nông hộ nghèo trồng lúa tại An Giang, năm 2014.

Khi so sánh diện tích đất trồng lúa giữa các nhóm nông hộ nghèo với không nghèo, kết quả khảo sát ở Bảng 5.10 cho thấy ở mức ý nghĩa 1%, có sự khác biệt về diện tích đất. Một nông hộ nghèo có diện tích sản xuất lúa trung bình là 0,62 ha. Trong khi đó, diện tích trồng lúa trung bình của nông hộ không nghèo là 2,58 ha, nhiều gấp 4 lần so với diện tích đất của hộ nghèo. Sự

khác biệt về diện tích ảnh hưởng đến kết quả sản xuất lúa của hai nhóm nông hộ tại thời điểm được khảo sát.

Bảng 5.10: Diện tích đất trồng lúa của các nhóm nông hộ tỉnh An Giang

Đơn vị tính: ha

Nhóm hộ	Trung bình	Mức ý nghĩa	Thấp nhất	Cao nhất
Nghèo	0,62	0,000***	0,13	1,40
Không nghèo	2,58		0,40	10,3

Nguồn: Khảo sát 250 nông hộ trồng lúa tại An Giang, năm 2014

*Ghi chú: *** có ý nghĩa ở mức $\alpha = 1\%$*

Những nông hộ không nghèo trồng lúa có quy mô lớn (diện tích trồng lúa từ 2 ha trở lên) có nhiều khả năng được tham gia mô hình sản xuất liên kết với doanh nghiệp. Trong khi đó, diện tích đất nhỏ là rào cản lớn để nhóm nông hộ nghèo có thể tham gia liên kết sản xuất với doanh nghiệp.

5.1.2.8 Hiệu quả sản xuất của các nhóm nông hộ

◆ *Hiệu quả kỹ thuật, hiệu quả phân phối, hiệu quả chi phí không đổi theo quy mô (CRS)*

Các hệ số hiệu quả kỹ thuật, hiệu quả phân phối nguồn lực sản xuất và hiệu quả chi phí của nhóm nông hộ nghèo và nông hộ không nghèo trồng lúa tại tỉnh An Giang được ước lượng thông qua mô hình DEA được trình bày ở Bảng 5.11. Tuy nhiên, không thể so sánh hiệu quả sản xuất của các nhóm nông hộ này với nhau, vì ‘hạn chế lớn nhất của DEA là chỉ cho phép người nghiên cứu so sánh hiệu quả của những đơn vị sản xuất trong cùng một mẫu’ (Quan Minh Nhật, 2011).

Hiệu quả kỹ thuật (TE_{CRS}): TE_{CRS} của hai nhóm nông hộ nghèo và không nghèo trồng lúa đều đạt mức tương đối tốt với các giá trị tương ứng là 0,84 và 0,86. Các hệ số này đều nhỏ hơn 1 nghĩa là cả hai nhóm nông hộ chưa đạt TE tối ưu, hay nói cách khác nông hộ trồng lúa ở hai nhóm cần tích cực tham gia các khóa tập huấn kỹ thuật, tham gia các hiệp hội tại địa phương, chủ động tiếp cận các nguồn vốn tín dụng để có thể tăng hiệu quả kỹ thuật ở các mùa vụ sau, đạt năng suất tối đa. Đối với nhóm hộ nghèo, TE_{CRS} của nhóm có độ rộng từ 0,52 đến 1,00. Độ rộng này cho biết những hộ nghèo đã tập trung và có sự đầu tư vào quá trình sản xuất lúa nên đạt được hiệu quả kỹ thuật khá cao. Trong khi đó, TE_{CRS} của nhóm hộ không nghèo có độ rộng 0,43-1,00 cho thấy có hộ chỉ đạt TE là 0,43. Ở cả hai nhóm nông hộ, có khoảng 40% tổng số hộ đạt TE_{CRS} trên 90% cho thấy trồng lúa là ngành nghề truyền thống tại địa phương nên giúp nông hộ đạt hiệu quả kỹ thuật khá cao.

Bảng 5.11: Hiệu quả kỹ thuật, hiệu quả phân phối, hiệu quả chi phí không đổi theo quy mô (CRS) của các nhóm nông hộ trồng lúa tại tỉnh An Giang

Hiệu quả (%)	Hiệu quả kỹ thuật (TE _{CRS})		Hiệu quả phân phối (AE _{CRS})		Hiệu quả chi phí (CE _{CRS})	
	Hộ nghèo	Hộ không nghèo	Hộ nghèo	Hộ không nghèo	Hộ nghèo	Hộ không nghèo
Từ 0 đến 10	0,0	0,0	14,3	0,0	4,3	0,0
Trên 10 đến 20	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Trên 20 đến 30	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	1,1
Trên 30 đến 40	0,0	0,0	1,4	0,0	7,1	3,3
Trên 40 đến 50	0,0	1,1	2,9	0,5	11,4	16,7
Trên 50 đến 60	15,7	1,1	18,5	17,8	28,5	23,3
Trên 60 đến 70	8,6	11,6	32,9	22,8	22,9	18,9
Trên 70 đến 80	10,0	17,8	24,3	15,6	20,0	15,0
Trên 80 đến 90	17,1	25,6	4,3	29,4	2,9	16,7
Trên 90	48,6	42,8	1,4	13,9	2,9	5,0
Tổng	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Trung bình	0,84	0,86	0,57	0,76	0,50	0,65
Độ lệch chuẩn	0,171	0,125	0,252	0,139	0,244	0,162
Nhỏ nhất	0,52	0,43	0,00	0,50	0,00	0,23
Lớn nhất	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
Giá trị T-test	0,665^{ns}		5,931^{***}		4,935^{***}	

Nguồn: Kết quả phân tích DEA từ khảo sát 250 nông hộ trồng lúa tại An Giang, năm 2014

Ghi chú: ***: có ý nghĩa ở mức 1%; ^{ns}: không có ý nghĩa thống kê.

Hiệu quả phân phối (AE_{CRS}): Nếu như nhóm nông hộ nghèo đạt TE_{CRS} ở mức tương đối cao thì với hệ số AE_{CRS}, họ chỉ đạt mức trung bình là 0,57. Như vậy, tính không hiệu quả về mặt phân phối nguồn lực trong hoạt động trồng lúa của nhóm nông hộ nghèo còn rất cao. Trong đó có đến 14,3% tổng số hộ nghèo có AE_{CRS} từ 0 đến 10%, và chỉ có 1,4% tổng số hộ nghèo đạt AE_{CRS} trên 90%. Vì thế, AE_{CRS} của nhóm này có độ rộng rất lớn (0,00-1,00). Hiệu quả phân phối nguồn lực của nhóm nông hộ nghèo trồng lúa tại tỉnh An Giang chưa cao tại thời điểm khảo sát do việc phân bổ các nguồn lực phục vụ sản xuất chưa hợp lý, giá cả các yếu tố đầu vào không ổn định và cao đã làm tăng chi tiêu, từ đó làm giảm hiệu quả phân phối.

Đối với nhóm nông hộ không nghèo, chỉ có 0,5% tổng số hộ có AE_{CRS} từ 40% đến 50% và 85,6% số hộ đạt hiệu quả phân phối ở mức trung bình đến tương đối tốt. Tỷ trọng hộ đạt AE_{CRS} trên 90% là 13,9%. Hệ số AE_{CRS} trung bình của nhóm nông hộ này là 0,76. Điều này nói lên rằng nhóm không nghèo đã sử dụng hiệu quả các yếu tố đầu vào sản xuất khá tốt. Ngoài ra, hiệu quả phân phối nguồn lực của hộ không nghèo có xu hướng tập trung gần giá trị 1 và ít biến động.

Hiệu quả chi phí (CE_{CRS}): Có sự khác biệt về hệ số CE_{CRS} giữa hai nhóm nông hộ nghèo và không nghèo qua kết quả kiểm định t-test ở mức ý nghĩa 1%. Hai nhóm nông hộ đều có hệ số CE_{CRS} nhỏ hơn 1, nghĩa là chưa đạt được mức tối ưu, do hiệu quả kỹ thuật khá cao trong khi hiệu quả phân phối nguồn lực trong sản xuất còn hạn chế nên đưa đến kết quả là hiệu quả chi phí chưa cao. Tuy nhiên nông hộ nghèo chỉ đạt hệ số CE_{CRS} ở mức trung bình là 0,50, trong khi đó nông hộ không nghèo có hệ số CE_{CRS} ở mức khá là 0,65. Nguyên nhân của sự khác biệt này do sự khác biệt về các nguồn lực giữa hai nhóm nông hộ đã được trình bày ở nội dung phân tích đặc điểm các nhóm.

♦ **Hiệu quả kỹ thuật, hiệu quả phân phối, hiệu quả chi phí thay đổi theo quy mô (VRS)**

Giả thiết CRS chỉ hợp lý trong trường hợp các nông hộ hoạt động tại quy mô tối ưu (Banker, Charnes và Cooper, 1984). Và khi không đạt điều kiện này sẽ dẫn đến trường hợp các hệ số kỹ thuật được tính toán bị sai lệch do ảnh hưởng của hiệu quả quy mô. Vì thế, các hệ số TE_{VRS} , AE_{VRS} và CE_{VRS} được trình bày ở Bảng 5.12.

Nông hộ nghèo: Nhóm nông hộ này đạt hệ số TE_{VRS} ở mức tốt là 0,94 với 71,5% tổng số nông hộ đạt hiệu quả kỹ thuật trên 90%. Trong khi đó chỉ có 2,9% nông hộ có AE_{VRS} và CE_{VRS} trên 90%. Một số nông hộ nghèo có hệ số hiệu quả phân phối và hiệu quả chi phí thấp chỉ ra rằng có một khả năng cho việc nâng cao sản lượng mà không cần phải đầu tư thêm các yếu tố nhập lượng với kỹ thuật sản xuất hiện tại. Nhìn chung, nông hộ nghèo có các hiệu quả kỹ thuật, hiệu quả phân phối và hiệu quả chi phí thay đổi theo quy mô lớn hơn các hiệu quả tương ứng khi không thay đổi theo quy mô.

Nông hộ không nghèo: Nhóm nông hộ này có tỷ trọng hộ đạt hiệu quả kỹ thuật trên 90% là 71,1% tương ứng với tỷ trọng của nhóm hộ nghèo. Nhóm nông hộ không nghèo trồng lúa tỉnh An Giang đạt hệ số AE_{VRS} và CE_{VRS} trung bình ở mức khá với số liệu tương ứng là 0,75 và 0,69. Có 11,7% tổng số nông hộ không nghèo đạt hiệu quả phân phối trên 90%. Như vậy, phần lớn nông hộ không nghèo đã đạt được hiệu quả kỹ thuật tương đối cao. Nhóm nông hộ này có khả năng tăng hiệu quả kỹ thuật lên khoảng 10%.

Kết quả kiểm định ở mức ý nghĩa 1% cho thấy có sự khác biệt về hiệu quả phân phối các nguồn lực trong sản xuất và hiệu quả chi phí giữa hai nhóm nông hộ nghèo và không nghèo trồng lúa trên địa bàn tỉnh An Giang tại thời điểm khảo sát. Nhóm nông hộ không nghèo có xu hướng phân phối nguồn lực hiệu quả hơn và sử dụng chi phí hiệu quả hơn nhóm nông hộ nghèo.

Bảng 5. 12: Hiệu quả kỹ thuật, hiệu quả phân phối, hiệu quả chi phí thay đổi theo quy mô (VRS) của các nhóm nông hộ trồng lúa tỉnh An Giang

Hiệu quả (%)	Hiệu quả kỹ thuật (TE _{VRS})		Hiệu quả phân phối (AE _{VRS})		Hiệu quả chi phí (CE _{VRS})	
	Hộ nghèo	Hộ không nghèo	Hộ nghèo	Hộ không nghèo	Hộ nghèo	Hộ không nghèo
Từ 0 đến 10	0,0	0,0	4,3	0,0	4,3	0,0
Trên 10 đến 20	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Trên 20 đến 30	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0	0,0
Trên 30 đến 40	0,0	0,0	2,9	0,0	7,1	0,6
Trên 40 đến 50	0,0	0,0	7,1	0,0	11,4	7,8
Trên 50 đến 60	0,0	0,0	24,3	18,9	28,5	27,8
Trên 60 đến 70	1,4	1,1	31,4	23,3	22,9	17,7
Trên 70 đến 80	7,1	12,2	24,3	17,2	20,0	15,5
Trên 80 đến 90	20,0	15,6	2,8	28,9	2,9	21,7
Trên 90	71,5	71,1	2,9	11,7	2,9	8,9
Tổng	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Trung bình	0,94	0,93	0,62	0,75	0,59	0,69
Độ lệch chuẩn	0,09	0,09	0,18	0,14	0,18	0,15
Nhỏ nhất	0,67	0,67	0,00	0,50	0,00	0,37
Lớn nhất	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00	1,00
Giá trị T-test	-1,167^{ns}		5,742^{**}		4,608^{***}	

Nguồn: Kết quả phân tích DEA từ khảo sát 250 nông hộ trồng lúa tại An Giang, năm 2014

Ghi chú: ***: có ý nghĩa ở mức 1%; ^{ns}: không có ý nghĩa thống kê.

◆ Hiệu quả theo quy mô sản xuất

Theo Nguyễn Hữu Đặng (2012), tăng trưởng năng suất lúa được đóng góp bởi nhiều yếu tố như: hiệu quả quy mô- hiệu quả do sử dụng thêm các yếu tố đầu vào làm tăng năng suất, hiệu quả kỹ thuật- hiệu quả do sử dụng hợp lý các nguồn lực hiện có để tăng năng suất và đóng góp bởi tiến bộ khoa học kỹ thuật.

Bảng 5.13: Hiệu quả theo quy mô của các nhóm hộ trồng lúa tỉnh An Giang

Hiệu quả theo quy mô sản xuất	Hộ nghèo		Hộ không nghèo	
	Số hộ	Tỷ lệ (%)	Số hộ	Tỷ lệ (%)
Hiệu quả tăng theo quy mô (IRS)	36	51,4	107	59,4
Hiệu quả giảm theo quy mô (DRS)	2	2,9	9	5,0
Hiệu quả không đổi theo quy mô (CRS)	32	45,7	64	35,6
Tổng cộng	70	100,0	180	100,0

Nguồn: Kết quả phân tích DEA từ khảo sát 250 nông hộ trồng lúa tại An Giang, năm 2014

Kết quả Bảng 5.13 cho thấy hoạt động sản xuất lúa của nhóm nông hộ nghèo đang ở trong khu vực tăng hiệu quả theo quy mô (IRS) chiếm 51,4% trong tổng số hộ được khảo sát. Nông hộ đang ở trong khu vực tối ưu về quy

mô hay nói khác hơn là không thay đổi hiệu quả theo quy mô (CRS) chiếm 45,7%. Số nông hộ cần giảm quy mô đầu tư (DRS) để tăng hiệu quả sản xuất chiếm tỷ lệ rất thấp (2,9%). Như vậy, phần lớn nông hộ nghèo trồng lúa tại tỉnh An Giang trong thời gian qua đã tận dụng khá tốt các nguồn lực vào trong quá trình sản xuất. Đối với 2 nông hộ trong khu vực giảm theo quy mô có thể giảm lượng phân bón, thuốc, thuê lao động... để có thể đạt hiệu quả sản xuất tối ưu trong thời gian tới.

Nhóm nông hộ không nghèo có 59,4% tổng số hộ đang trong khu vực hiệu quả tăng theo quy mô (IRS) và 35,6% số hộ trong khu vực tối ưu về quy mô (CRS). Như vậy, các nông hộ không nghèo trồng lúa tại An Giang có quy mô sản xuất khá hợp lý. Tuy nhiên, trong thời gian tới, nhóm nông hộ trong khu vực tăng hiệu quả theo quy mô có thể gia tăng các yếu tố đầu vào, cải thiện sản lượng và năng suất lúa dựa trên thay đổi quy mô sản xuất phù hợp với nguồn lực của nông hộ.

◆ ***Phân tích nguồn lực sản xuất ảnh hưởng đến hiệu quả kỹ thuật và hiệu quả phân phối***

Để phân tích hiệu quả kỹ thuật (TE) và hiệu quả phân phối (AE) của các nhóm nông hộ trồng lúa tại An Giang chịu sự tác động như thế nào bởi các yếu tố: kinh nghiệm sản xuất, trình độ học vấn, tiếp cận tiến bộ kỹ thuật, tỷ lệ vốn tự có, diện tích canh tác (Nguyễn Quốc Nghi, 2015), mô hình hồi quy tuyến tính được thiết lập như sau:

$$HQKT = \beta_0 + \beta_1KINHNGHIEM + \beta_2TRINHDOHOCVAN + \beta_3TIEPCANTBKT + \beta_4TYLEVONTUCO + \beta_5DIENTICH$$

$$HQPP = \beta_0 + \beta_1KINHNGHIEM + \beta_2TRINHDOHOCVAN + \beta_3TIEPCANTBKT + \beta_4TYLEVONTUCO + \beta_5DIENTICH$$

Kết quả phân tích ở Bảng 5.14 cho thấy, mô hình hồi quy được thiết lập có ý nghĩa với mức ý nghĩa $\alpha=5\%$ (đối với nhóm hộ nghèo) và mức ý nghĩa $\alpha=1\%$ (đối với nhóm hộ không nghèo). Hệ số phóng đại phương sai (VIF) của các biến nhỏ hơn so với 10 nên không có hiện tượng đa cộng tuyến. Hệ số R^2 của hai mô hình lần lượt là 20,4% và 8,3% điều này chứng tỏ khả năng giải thích sự biến thiên của các biến độc lập lên biến phụ thuộc (TE) trong mô hình là 20,4% và 8,3%, phần còn lại là do các yếu tố khác không đưa vào nghiên cứu.

Bảng 5. 14: Nguồn lực sản xuất ảnh hưởng đến hiệu quả kỹ thuật (TE) của các nhóm nông hộ trồng lúa tại An Giang

<i>Nguồn lực sản xuất</i>	<i>Hộ nghèo</i>		<i>Hộ không nghèo</i>			
	Hệ số tác động	Mức ý nghĩa	Hệ số VIF	Hệ số tác động	Mức ý nghĩa	Hệ số VIF
Kinh nghiệm sản xuất	-0,002	0,158	1,02	-0,002	0,017	1,09
Trình độ học vấn	0,015	0,038	1,05	0,096	0,000	1,01
Tiếp cận TBKT	0,048	0,025	1,06	0,018	0,001	1,03
Tỷ lệ vốn tự có	0,001	0,039	1,03	0,025	0,000	1,02
Diện tích canh tác	0,014	0,158	4,05	-0,001	0,281	1,12
Hằng số	0,974	0,000	-	0,885	0,000	-
Sig.F của mô hình			0,01			0,009
Hệ số R ²			20,4			8,3

Nguồn: Kết quả phân tích DEA từ khảo sát 250 nông hộ trồng lúa tại An Giang, năm 2014

Nông hộ nghèo: Hiệu quả kỹ thuật TE của nhóm này chịu sự tác động thuận chiều của các yếu tố: trình độ học vấn, tiếp cận tiến bộ kỹ thuật và tỷ lệ vốn tự có. Đây cũng chính là những hạn chế của nhóm nông hộ nghèo trong thời gian qua (đã được phân tích trong các nội dung trước). Như vậy, để nâng cao hiệu quả kỹ thuật và tăng năng suất, bản thân nông hộ cần chủ động tham gia các lớp tập huấn do địa phương hoặc các công ty tổ chức, vì tham gia tập huấn đồng nghĩa với việc nông hộ được tiếp cận phương thức canh tác mới, biết cách sử dụng hợp lý, hiệu quả các yếu tố đầu vào. Ngoài ra, nông hộ có thể thường xuyên cập nhật thông tin về kỹ thuật sản xuất từ nhiều nguồn khác nhau. Nâng cao trình độ học vấn và tăng tỷ lệ vốn tự có sẽ giúp tăng TE của nông hộ, nhưng điều này rất khó thực hiện, vì thu nhập thấp đang là rào cản lớn để nông hộ có thể cải thiện hai yếu tố này.

Nông hộ không nghèo: Nếu như trình độ học vấn, tiếp cận tiến bộ kỹ thuật và tỷ lệ vốn tự có là những yếu tố tác động tích cực thì kinh nghiệm sản xuất là yếu tố tác động tiêu cực đến khả năng gia tăng hiệu quả kỹ thuật của nông hộ này. Do đó, trong quá trình sản xuất, nông hộ không nghèo nên chấp nhận và thay đổi phương thức canh tác theo kinh nghiệm mà vận dụng những kiến thức sản xuất mới được tiếp nhận từ việc tham gia các lớp tập huấn. Ngoài ra, trình độ học vấn trung bình của nhóm nông hộ không nghèo ở cấp 2 nên họ thuận lợi hơn so với nhóm nông hộ nghèo ở khả năng tiếp cận các phương thức sản xuất mới, tiên tiến.

Bảng 5. 15: Nguồn lực sản xuất ảnh hưởng đến hiệu quả phân phối (AE) của các nhóm nông hộ trồng lúa tại An Giang

Nguồn lực sản xuất	Hộ nghèo			Hộ không nghèo		
	Hệ số tác động	Mức ý nghĩa	Hệ số VIF	Hệ số tác động	Mức ý nghĩa	Hệ số VIF
Kinh nghiệm sản xuất	-0,011	0,000	1,016	-0,002	0,123	1,087
Trình độ học vấn	0,002	0,028	1,052	0,004	0,025	1,181
Tiếp cận TBKT	0,036	0,033	1,058	0,021	0,003	1,031
Tỷ lệ vốn tự có	0,003	0,032	4,027	0,001	0,035	1,008
Diện tích canh tác	0,026	0,019	4,053	0,001	0,025	1,123
Hằng số	1,016	0,000	-	0,723	0,000	-
Sig.F của mô hình			0,00			0,01
Hệ số R ²			44,0			8,3

Nguồn: Kết quả phân tích DEA từ khảo sát 250 nông hộ trồng lúa tại An Giang, năm 2014

Với kết quả kiểm định ở Bảng 5.15 cho thấy hiệu quả phân phối AE của hai nhóm nông hộ trồng lúa tại An Giang chịu sự tác động tích cực của các yếu tố trong nguồn lực sản xuất như: trình độ học vấn, tiếp cận tiến bộ kỹ thuật, tỷ lệ vốn tự có và diện tích canh tác. Khi trình độ học vấn được cải thiện, kiến thức về phương thức sản xuất mới, hiệu quả cũng như thông tin về giá cả, thị trường được tiếp cận nhiều... sẽ giúp nông hộ sử dụng hợp lý về loại và lượng các yếu tố đầu vào trên cơ sở phù hợp với sự biến động giá. Bởi vì, theo Nguyễn Quốc Nghi (2015), AE thể hiện phương cách của nông hộ trong việc kết hợp các yếu tố đầu vào một cách hợp lý về giá. Bên cạnh đó, khi tự chủ được nguồn vốn đầu tư, nông hộ trồng lúa, nhất là nông hộ nghèo sẽ giảm được chi phí phát sinh do thanh toán chậm trong quá trình mua các yếu tố đầu vào (giống, phân bón, thuốc) phục vụ hoạt động sản xuất.

5.1.2.9 Các yếu tố ảnh hưởng quá trình sản xuất lúa

Dựa trên các nghiên cứu tham khảo, một số yếu tố ảnh hưởng đến tình hình sản xuất của nông hộ đưa đề xuất để nông hộ nghèo đánh giá theo thang đo Likert năm mức độ là từ rất khó khăn đến rất thuận lợi. Các yếu tố ảnh hưởng đến quá trình sản xuất bao gồm: chính sách hỗ trợ, điều kiện tự nhiên, vốn đầu tư sản xuất, giá cả đầu vào, lao động, kỹ thuật và giống...

Kết quả khảo sát cho thấy đối với các yếu tố thuộc quá trình sản xuất, có hai yếu tố được đánh giá ở mức độ khó khăn là vốn đầu tư vào sản xuất (2,19) và kỹ thuật trồng (2,28).

Bảng 5. 16: Các yếu tố ảnh hưởng đến quá trình sản xuất của nông hộ nghèo trồng lúa tỉnh An Giang

Yếu tố	Nhỏ nhất	Lớn nhất	Trung bình	Ý nghĩa
Chính sách hỗ trợ	2	5	3,12	Trung bình
Điều kiện tự nhiên	2	5	3,76	Thuận lợi
Vốn đầu tư sản xuất	2	3	2,19	Khó khăn
Giá cả đầu vào	2	5	3,70	Thuận lợi
Lao động	1	5	3,57	Thuận lợi
Kỹ thuật	2	5	2,28	Khó khăn
Giống	2	5	2,87	Trung bình

Nguồn: Khảo sát 70 nông hộ nghèo trồng lúa tại An Giang, năm 2014

Ghi chú: 5. (4,21 – 5,00) Rất thuận lợi; 4. (3,41 – 4,20) Thuận lợi; 3. (2,61 – 3,40) Trung bình; 2. (1,81 – 2,60) Khó khăn; 1. (1,00 – 1,80) Rất khó khăn

Vốn luôn là vấn đề nan giải của các nông hộ nghèo. Thiếu vốn sản xuất nên nông hộ nghèo có xu hướng chọn mua các giống lúa thường có giá rẻ, không thuần chủng. Điều này đã ảnh hưởng trực tiếp đến sản phẩm lúa đầu ra khi thu hoạch của nông hộ. Vì thiếu vốn nên trong quá trình sản xuất, nông hộ nghèo thường phải mua chịu vật tư nông nghiệp và gánh chịu thêm khoản chi phí lãi suất khi thanh toán cuối vụ cho người bán nên lợi nhuận thu về sau khi lúa hàng hóa được tiêu thụ của nông hộ bị giảm xuống. Ngoài ra, các hộ nghèo thường không có khả năng trả nợ, không có tài sản thế chấp nên rất ít hoặc không vay vốn từ ngân hàng. Do đó, vốn sản xuất luôn là khó khăn hàng đầu của nông hộ nghèo trồng lúa tại An Giang.

Bên cạnh vốn thì yếu tố kỹ thuật cũng được các nông hộ nghèo đánh giá là khó khăn. Canh tác chủ yếu theo kinh nghiệm, ít hoặc không tham gia tập huấn kỹ thuật, không tham gia liên kết sản xuất với doanh nghiệp là những nguyên nhân làm cho nông hộ nghèo thường gặp nhiều rủi ro trong quá trình sản xuất. Vì thế, năng suất đạt được của nông hộ nghèo trồng lúa thường thấp hơn so với năng suất bình quân tại địa phương.

5.1.3 Thực trạng tiêu thụ lúa của nông hộ nghèo và không nghèo

5.1.3.1 Khả năng tiếp cận thông tin thị trường

Thông tin thị trường là loại thông tin về cung và cầu sản phẩm, vật tư đầu vào và các dịch vụ có liên quan. Loại thông tin thị trường bao gồm: giá, lượng sản phẩm tiêu thụ, nhu cầu về sản phẩm, yêu cầu về chất lượng, ai là tác nhân mua, dự báo nhu cầu thị trường và các thông tin khác (Võ Thị Thanh Lộc và Nguyễn Phú Sơn, 2013).

Khả năng tiếp cận thông tin thị trường đóng vai trò rất quan trọng trong việc sản xuất lúa của nông hộ. Theo Đào Thế Anh (2015), ngành nông nghiệp Việt Nam vẫn ‘chưa có thông tin cụ thể về thị trường’ và ‘nếu ta không tiếp cận được thị trường thì sẽ không có động cơ thúc đẩy sản xuất’. Hiện nay, tại An Giang, nông hộ trồng lúa tìm hiểu thông tin về giá cả và thị trường thông qua nhiều nguồn đa dạng như truyền hình, truyền thanh, báo, tạp chí, người thân, hàng xóm, thương lái và thu gom. Tuy nhiên, ở các nhóm nông hộ khác nhau thì mức độ tiếp cận thông tin thị trường là khác nhau. Khi nông hộ tự đánh giá về khả năng tiếp cận của mình, nếu mức độ tiếp cận thị trường ở mức 4 và 5 nghĩa là nông hộ tiếp cận thị trường cao và rất cao. Nếu mức độ tiếp cận thị trường của nông hộ ở mức 1, 2 và 3 thì nông hộ tiếp cận thị trường rất thấp, thấp và trung bình.

Kết quả kiểm định Chi bình phương ở Bảng 5.17 cho thấy có sự khác biệt về mức độ tiếp cận thông tin thị trường giữa hai nhóm nông hộ ở mức ý nghĩa 1%. Nhóm nông hộ nghèo có đến 28,6% tiếp cận ở mức độ thấp trong khi đó chỉ có 2,2% nông hộ không nghèo tiếp cận thông tin ở cùng mức độ này.

Bảng 5. 17: Mức độ tiếp cận thông tin về giá cả và thị trường giữa các nhóm nông hộ trồng lúa tỉnh An Giang

Mức độ tiếp cận	Nông hộ nghèo		Nông hộ không nghèo	
	Số hộ (hộ)	Tỷ trọng (%)	Số hộ (hộ)	Tỷ trọng (%)
Rất thấp	0	0,0	0	0,0
Thấp	20	28,6	4	2,2
Trung bình	37	52,9	74	41,1
Cao	12	17,1	79	43,9
Rất cao	1	1,4	23	12,8
Tổng	70	100,0	180	100,0
Giá trị kiểm định Chi square	54,683			
Hệ số Sig.	0,000***			

Nguồn: Khảo sát 250 nông hộ trồng lúa tại An Giang, năm 2014

*Ghi chú: *** có ý nghĩa ở mức $\alpha = 1\%$;*

Ở mức độ cao khi tiếp cận thông tin thị trường, nông hộ không nghèo và nông hộ nghèo có tỷ lệ tương ứng là 43,9% và 17,1%, mức chênh lệch lên đến 26,8 điểm phần trăm. Nguyên nhân sự chênh lệch trên do nhóm nông hộ nghèo sản xuất riêng lẻ, manh mún, sản lượng thấp, chất lượng hạt lúa không cao, thường là người chấp nhận giá của thương lái đưa ra và không tham gia

đoàn thể nên nông hộ nghèo không có nhu cầu chủ động tiếp cận thông tin thị trường. Trong khi đó, nhóm nông hộ không nghèo bên cạnh bản thân chủ động tiếp cận thông tin (do có diện tích đất nhiều, sản lượng nhiều nên họ quan tâm đến giá cả thị trường, vì thông tin thị trường ảnh hưởng đến thu nhập và lợi nhuận của họ), nhóm nông hộ này còn được cung cấp thông tin từ các doanh nghiệp liên kết sản xuất.

5.1.3.2 Nguồn tiếp cận thông tin về giá cả và thị trường

Trong thời gian qua, ở An Giang có rất nhiều kênh cung cấp thông tin về giá cả, tình hình thị trường cho nông hộ như truyền thanh, truyền hình; báo, tạp chí; cán bộ khuyến nông; người thân, hàng xóm và thương lái.

Bảng 5. 18: Nguồn tiếp cận thông tin giá cả và thị trường của các nhóm nông hộ trồng lúa tại An Giang

Nguồn thông tin giá cả và thị trường	Nông hộ nghèo		Nông hộ không nghèo		Giá trị kiểm định Chi bình phương	
	Tần số	Tỷ lệ (%)	Tần số	Tỷ lệ (%)	Giá trị	Hệ số Sig.
Truyền thanh, truyền hình	9	12,9	84	46,7	24,661 ^{***}	0,000
Báo, tạp chí	0	0,0	8	4,4	3,214 ^{a1}	0,110
Cán bộ khuyến nông	4	5,7	37	20,6	8,097 ^{***}	0,004
Người thân, hàng xóm	35	50,0	122	67,8	6,818 ^{**}	0,013
Thương lái	50	71,4	72	40,0	19,925 ^{***}	0,000
Khác	0	0,0	4	2,2	1,581 ^{a2}	0,579

Nguồn: Khảo sát 250 nông hộ trồng lúa tại An Giang, năm 2014

Đối với nhóm nông hộ nghèo, thương lái là nguồn thông tin hàng đầu trong việc cung cấp tin tức về giá cả và tình hình thị trường với tỷ lệ là 71,4%; tiếp đến là người thân và hàng xóm (50,0%). Ngoài ra, nông hộ còn tìm hiểu thông tin qua các phương tiện truyền hình, truyền thanh và cán bộ khuyến nông với tỷ lệ tương ứng là 12,9% và 5,7%. Hiện nay, nhóm nông hộ này chưa khai thác thông tin về giá cả và diễn biến thị trường qua các phương tiện báo, tạp chí.

Trong khi đó, đối với nhóm nông hộ không nghèo, nguồn thông tin từ người thân và hàng xóm là chủ yếu nhất với tỷ lệ tương ứng là 67,8%. Ngoài ra, họ còn tham khảo thêm thông tin về giá cả và tình hình thị trường lúa gạo từ các phương tiện truyền thanh, truyền hình. Thương lái và cán bộ khuyến

nông cũng là những nguồn thông tin khá quan trọng đối với nông hộ với tỷ lệ tương ứng là 40,0% và 20,6%.

Như vậy, trong thời gian qua, nguồn cung cấp thông tin cho nông hộ trồng lúa ở An Giang khá đa dạng. Bản thân nông hộ đã chủ động tiếp cận các nguồn thông tin này ở mức độ khác nhau, và có sự khác biệt về việc lựa chọn nguồn thông tin giữa hai nhóm nông hộ nghèo và không nghèo. Điều này giúp nông hộ tiếp cận thông tin kịp thời và chính xác, đảm bảo được lợi ích của họ trong việc mua bán lúa với các đối tác.

5.1.3.3 Đối tượng thu mua lúa

Thị trường tiêu thụ sản phẩm đầu ra đóng một vai trò rất quan trọng đối với nông hộ, nhất là các nông hộ nghèo vì đây là nguồn thu sau một mùa vụ. Tại ĐBSCL và tỉnh An Giang, thông thường lúa hàng hóa sau khi thu hoạch có thể được bán cho các đối tượng như thương lái, nhà máy xay xát, công ty lương thực.

Bảng 5. 19: Đối tượng thu mua lúa của các nhóm nông hộ tỉnh An Giang

Đối tượng thu mua lúa	Hộ nghèo		Hộ không nghèo	
	Số hộ (hộ)	Tỷ trọng (%)	Số hộ (hộ)	Tỷ trọng (%)
Thương lái	70	100,0	69	38,3
Doanh nghiệp/CTLT	0	0,0	106	58,9
Nhà máy xay xát	0	0,0	5	2,8
Tổng	70	100,0	180	100,0
Giá trị kiểm định Chi bình phương			77,637^a	
Hệ số Sig.			0,000^{***}	

Nguồn: Khảo sát 250 nông hộ trồng lúa tại An Giang, năm 2014

Ghi chú: *** có ý nghĩa ở mức $\alpha = 1\%$

Nông hộ nghèo: Kết quả khảo sát cho thấy 100% nông hộ nghèo được phỏng vấn đã bán lúa cho thương lái thông qua môi giới (được gọi là “cò” lúa). Nguyên nhân các nông hộ nghèo chỉ bán lúa cho một đối tượng tiêu thụ duy nhất là thương lái do: *Thứ nhất*, các hộ nghèo không tham gia mô hình liên kết nên họ không thể bán lúa cho các doanh nghiệp liên kết. *Thứ hai*, nhà máy xay xát thường thu mua lúa với số lượng lớn và thu mua lúa chủ yếu từ thương lái, trong khi những nông hộ nghèo có diện tích đất canh tác ít nên sản lượng mỗi vụ không nhiều. Ngoài ra, bán lúa cho nhà máy xay xát làm phát sinh thêm chi phí vận chuyển nên đây là những lý do để nông hộ nghèo không bán lúa cho nhà máy xay xát.

Thông thường vào trước ngày thu hoạch, thương lái thông qua môi giới sẽ liên hệ với nông hộ để thỏa thuận giá bán lúa và ngày thu mua. Hoạt động thu mua lúa được diễn ra nhanh chóng ngay tại thời điểm thu hoạch lúa trên ruộng. Thương lái sử dụng phương tiện vận chuyển là ghe đến tận ruộng lúa hay nhà nông dân để mua lúa. Tại thời điểm khảo sát, nông hộ thường chọn hình thức bán lúa tươi để vừa tiết kiệm chi phí phơi và chi phí dự trữ lúa, vừa nhận ngay tiền mặt khi kết thúc hoạt động mua bán lúa. Tuy nhiên, hình thức này lại làm nông dân nghèo bị động, phụ thuộc rất nhiều vào thương lái. Mối quan hệ giữa nông hộ nghèo và thương lái lỏng lẻo.

Nông hộ không nghèo: Nếu như nông hộ nghèo chỉ có một đối tác tiêu thụ lúa là thương lái thì nhóm nông hộ không nghèo có nhiều đối tác tiêu thụ sản phẩm hơn. Nhóm nông hộ này có đến 58,9% hộ bán lúa cho doanh nghiệp liên kết. Bên cạnh đó, 38,3% nông hộ bán lúa cho thương lái và 2,8% bán lúa cho nhà máy xay xát.

Những nông hộ không nghèo sản xuất theo mô hình liên kết đã được doanh nghiệp tiêu thụ sản phẩm như cam kết ban đầu giữa hai bên. Đầu vụ, doanh nghiệp cung ứng giống, thuốc, phân bón với lãi suất 0% suốt vụ cho nông hộ sản xuất. Trong quá trình canh tác, doanh nghiệp cử cán bộ xuống tận đồng ruộng trực tiếp hướng dẫn, hỗ trợ kỹ thuật cho nông hộ để phòng trừ sâu bệnh và để đảm bảo năng suất cũng như chất lượng sản phẩm. Nông hộ được hỗ trợ miễn phí các khoản bao bì, vận chuyển, sấy lúa và bán lúa cho doanh nghiệp theo giá thị trường. Nếu chưa đồng ý mức giá, nông hộ có thể gửi lúa trong kho của doanh nghiệp trong khoảng thời gian 30 ngày mà không phải trả khoản chi phí lưu kho. Chính những điều kiện thuận lợi trên đã giúp nông hộ yên tâm sản xuất và gắn kết với doanh nghiệp. Đến cuối vụ, nông hộ đã bán sản phẩm cho doanh nghiệp như đã cam kết trong hợp đồng.

Đứng thứ hai trong các đối tượng thu mua lúa của nông hộ là thương lái vì sự thuận lợi trong quá trình mua bán lúa hàng hóa. Nếu không tham gia liên kết với doanh nghiệp, thương lái là đối tác truyền thống tiêu thụ lúa của nông hộ không nghèo. Chỉ có một số ít nông hộ đã bán lúa cho các nhà máy xay xát tại địa phương, vì những nguyên nhân tương tự nhóm nông hộ nghèo. Mặc khác, giá bán lúa cho nhà máy xay xát không cao hơn nhiều so với giá bán lúa cho thương lái.

Như vậy, nếu như nhóm nông hộ nghèo chỉ bán lúa cho một đối tượng duy nhất là thương lái thì nhóm nông hộ không nghèo có nhiều đối tượng bán lúa hơn. Đó là doanh nghiệp liên kết, thương lái và nhà máy xay xát.

5.1.3.4 Yếu tố ảnh hưởng đến giá bán lúa

Trong hoạt động mua bán lúa, việc định giá bán rất quan trọng, vì ảnh hưởng trực tiếp đến doanh thu và lợi nhuận của nông hộ sau một mùa vụ. Giá bán lúa của nông hộ chịu sự ảnh hưởng của nhiều yếu tố.

Bảng 5. 20: Các yếu tố ảnh hưởng đến giá bán lúa hàng hóa của các nhóm nông hộ tỉnh An Giang

Tiêu chí	Hộ nghèo		Hộ không nghèo	
	Trung bình	Ý nghĩa	Trung bình	Ý nghĩa
Chất lượng (giống lúa, % tằm)	4,36	Rất ảnh hưởng	4,39	Rất ảnh hưởng
Ẩm độ	4,14	Ảnh hưởng	4,33	Rất ảnh hưởng
Khối lượng bán ít hay nhiều	3,74	Ảnh hưởng	3,83	Ảnh hưởng
Khoảng cách vận chuyển	3,30	Trung bình	3,34	Trung bình
Phương thức thanh toán	3,23	Trung bình	3,35	Trung bình

Nguồn: Khảo sát 250 nông hộ trồng lúa tại An Giang, năm 2014

Ghi chú: 1 – 1,80: rất không ảnh hưởng; 1,81 – 2,60: không ảnh hưởng; 2,61 – 3,40: trung bình; 3,41 – 4,20: ảnh hưởng; 4,21 – 5,00: rất ảnh hưởng

Kết quả khảo sát ở Bảng 5.20 cho thấy, có 3 yếu tố cơ bản ảnh hưởng đến giá bán sản phẩm của các nông hộ nghèo và không nghèo trồng lúa ở An Giang là chất lượng, ẩm độ và khối lượng bán.

Chất lượng hạt lúa được thể hiện qua giống lúa và tỷ lệ % tằm khi xay xát được cả hai nhóm nông hộ đánh giá ở mức ‘rất ảnh hưởng’ đến giá bán lúa. Thông thường, giống lúa chất lượng cao có giá bán cao hơn so với giá bán của giống lúa thường, dù khoảng cách không nhiều. Ngoài ra, nếu cùng một loại giống lúa nhưng màu sắc hạt lúa khác nhau cũng ảnh hưởng đến giá bán. Bên cạnh đó, ẩm độ của hạt lúa sau khi thu hoạch là yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến quyết định mức giá bán. Lúa có ẩm độ quá cao sẽ gây khó khăn và tốn kém nhiều chi phí hơn cho khâu phơi sấy và dự trữ lúa. Thông thường, lúa có độ ẩm từ 13-14% có thể bảo quản được từ 2-3 tháng; độ ẩm hạt lúa từ 12-12,5% sẽ bảo quản được từ 3 tháng. Khi hạt lúa có độ ẩm cao sẽ dẫn đến một số hiện tượng như nấm mốc, lên men, nhiễm sâu mọt. Những hiện tượng này làm cho chất lượng hạt lúa, hàm lượng các dinh dưỡng và giá trị thương phẩm

bị giảm. Do đó, giá mua lúa có độ ẩm cao sẽ thấp hơn để bù đắp các khoản chi phí phát sinh. Ngoài ra, người mua lúa thường muốn mua một lần tại một nơi với một số lượng lớn nhằm vừa tiết chi phí vận chuyển, vừa đảm bảo chất lượng lúa đồng nhất và dễ thuận tiện hơn trong giao dịch. Do đó, những nông hộ bán lúa với số lượng lớn được các đối tác thu mua sản phẩm với mức giá cao hơn so với những nông hộ bán lúa với số lượng ít, với các điều kiện khác không thay đổi.

Đối với nhóm nông hộ nghèo, quá trình tiêu thụ sản phẩm bị ảnh hưởng bởi các yếu tố như: giá bán, chất lượng lúa, giao thông, thông tin thị trường và kênh tiêu thụ sản phẩm.

Bảng 5. 21: Các yếu tố ảnh hưởng đến quá trình tiêu thụ lúa của nông hộ nghèo trồng lúa ở An Giang

Yếu tố	Nhỏ nhất	Lớn nhất	Trung bình	Ý nghĩa
Giá bán	2	5	3,50	Thuận lợi
Chất lượng lúa	2	4	2,19	Khó khăn
Giao thông	2	5	3,84	Thuận lợi
Thông tin thị trường	1	5	3,73	Thuận lợi
Kênh tiêu thụ sản phẩm	2	5	3,71	Thuận lợi

Nguồn: Khảo sát 70 nông hộ nghèo trồng lúa tại An Giang, năm 2014

Ghi chú: 5. 4,21 – 5,00: Rất thuận lợi; 4. 3,41 – 4,20: Thuận lợi; 3. 2,61 – 3,40: Trung bình; 2. 1,81 – 2,60: Khó khăn; 1. 1,00 – 1,80: Rất khó khăn

Các yếu tố giá bán, giao thông, thông tin thị trường, kênh tiêu thụ đều được nông hộ nghèo đánh giá ở mức “thuận lợi”. Các yếu tố này có điểm trung bình nằm trong khoảng từ 3,50 đến 3,84. Tuy nhiên, yếu tố “chất lượng lúa” được nhóm nông hộ nghèo đánh giá là khó khăn với số điểm trung bình là 2,19. Hộ nghèo thường thiếu vốn sản xuất nên họ chọn trồng giống lúa có chi phí đầu tư thấp, dễ trồng, dễ chăm sóc mặc dù có chất lượng gạo không cao như giống lúa IR50404. Bên cạnh đó, hộ nghèo canh tác chủ yếu dựa trên kinh nghiệm. Vì thế, chất lượng lúa đầu ra thường thấp hơn, và điều này đã ảnh hưởng đến quá trình tiêu thụ lúa của nông hộ nghèo tỉnh An Giang trong thời gian qua.

5.1.3.5 Hình thức liên lạc

Hiện nay, khi đến vụ thu hoạch, người mua lúa thường chủ động liên lạc với nông dân để thuận tiện hơn khi mua sản phẩm. Có nhiều hình thức liên lạc thông tin với nhau giữa người mua và người bán lúa.

Tại An Giang, trước khi hoạt động mua bán lúa diễn ra, người mua lúa (doanh nghiệp, thương lái) thường giữ vai trò chủ động liên lạc với nông hộ (71,7% đối với nông hộ không nghèo và 24,3% đối với nông hộ nghèo).

Bảng 5. 22: Hình thức liên lạc khi mua bán lúa của các nhóm nông hộ tại tỉnh An Giang

Hình thức liên lạc	Hộ nghèo		Hộ không nghèo	
	Số hộ (hộ)	Tỷ trọng (%)	Số hộ (hộ)	Tỷ trọng (%)
Người mua chủ động liên hệ	17	24,3	129	71,7
Thông qua môi giới	52	74,3	47	26,1
Nông hộ chủ động tìm người mua	1	1,4	4	2,2
Tổng	70	100,0	180	100,0
Giá trị kiểm định Chi bình phương			49,070^a	
Hệ số Sig.			0,000^{***}	

Nguồn: Khảo sát 250 nông hộ trồng lúa tại An Giang, năm 2014

Ghi chú: *** có ý nghĩa ở mức $\alpha = 1\%$

Đối với phần lớn nông hộ nghèo, do giống lúa và chất lượng sản phẩm chưa cao, sản lượng thấp nên họ cần có người môi giới để nhanh chóng, thuận tiện hơn trong việc bán lúa với tỷ lệ 74,3%. Trong khi đó, những nông hộ không nghèo và có liên kết sản xuất, khi đến thời điểm thu hoạch lúa, cán bộ của doanh nghiệp liên kết sẽ đến tại ruộng và thực hiện hoạt động thu mua toàn bộ sản phẩm như hợp đồng đã ký kết đầu vụ. Những hộ không nghèo và không tham gia sản xuất liên kết cần thông qua môi giới để bán lúa với tỷ lệ 26,1%. Ngoài ra, một số ít nông hộ chủ động tìm người mua lúa của họ sau khi thu hoạch.

5.1.3.6 Hình thức thanh toán

Tại An Giang, sau khi bán lúa, có ba hình thức thanh toán được nông hộ ưa chuộng và thực hiện phổ biến là: *Thứ nhất*, người mua (thường là doanh nghiệp liên kết) và nông dân ký hợp đồng mua sản phẩm ngay từ đầu vụ. Sau khi thu hoạch, nông hộ nhận được tiền bán lúa từ doanh nghiệp. *Thứ hai*, người mua, thường là thương lái, thanh toán toàn bộ tiền mặt ngay sau khi nông hộ giao hết sản phẩm (được gọi là ‘‘tiền tươi’’). Và *thứ ba*, người mua lúa đặt cọc trước một phần, phần còn lại trả khi nhận hàng xong.

Nông hộ nghèo: Do nhóm nông hộ này chỉ giao dịch với thương lái nên có hai hình thức thanh toán chủ yếu được thực hiện sau khi kết thúc hoạt động mua bán lúa. Đó là hình thức thương lái đặt cọc trước cho nông hộ (chiếm

57,2%), và trả tiền mặt ngay sau khi kết thúc giao dịch (chiếm 41,4%). Đặt cọc trước là một hình thức cam kết tạo niềm tin với nông hộ là người mua lúa sẽ quay lại mua tất cả sản phẩm sau khi được thu hoạch. Hình thức này cũng đảm bảo rằng nông hộ sẽ không bán lúa cho ai khác ngoài người mà họ đã nhận tiền cọc, dù giá bán trên thị trường có thay đổi.

Bảng 5. 23: Hình thức thanh toán sau khi mua bán lúa của các nhóm nông hộ

Hình thức thanh toán	Nông hộ nghèo		Nông hộ không nghèo	
	Số hộ (hộ)	Tỷ trọng (%)	Số hộ (hộ)	Tỷ trọng (%)
Trả trước toàn bộ	0	0,0	4	2,2
Đặt cọc trước	40	57,2	48	26,7
Trả tiền mặt	29	41,4	53	29,4
Trả tiền sau	1	1,4	2	1,1
Ký hợp đồng mua sản phẩm	0	0,0	73	40,6
Tổng	70	100,0	180	100,0
Giá trị kiểm định Chi bình phương			45.492^a	
Hệ số Sig.			0,000^{***}	

Nguồn: Khảo sát 250 nông hộ trồng lúa tại An Giang, năm 2014

Ghi chú: *** có ý nghĩa ở mức $\alpha = 1\%$

Nông hộ không nghèo: hình thức thanh toán phong phú hơn so với nhóm nông hộ nghèo. Hình thức ký hợp đồng mua sản phẩm thường được thực hiện đối với các nông hộ liên kết bán lúa cho doanh nghiệp thông qua việc bao tiêu sản phẩm. Hình thức thanh toán này thể hiện sự cân bằng lợi ích giữa bên mua và bên bán, đồng thời gắn kết trách nhiệm giữa hai bên với nhau, chiếm tỷ trọng 40,6%. Bên cạnh đó, hình thức “đặt cọc trước” và “trả tiền mặt” có tỷ trọng tương đương nhau cũng được nhóm nông hộ này ưa thích. Đối với hình thức “trả tiền sau” một thời gian hay còn gọi là mua chịu và “trả trước toàn bộ” ít được nông hộ lựa chọn, chỉ có 1,1% và 2,2% nông hộ đã sử dụng hai hình thức thanh toán này. Nguyên nhân vì nông hộ nhận thấy đây là những hình thức thanh toán tiềm ẩn nhiều rủi ro cho họ. Chỉ khi cả hai bên mua và bán thật sự tin tưởng nhau, nông hộ mới chấp nhận hình thức thanh toán chậm. Ngoài ra, như phân tích trên, đa số nông hộ sản xuất lúa bằng vốn tự có, phải mua chịu vật tư nông nghiệp và vay ngân hàng nên họ muốn được thanh toán bằng tiền mặt để trang trải các khoản chi phí đã phát sinh trong quá trình sản xuất.

5.1.4 Các yếu tố ảnh hưởng đến khả năng thoát nghèo của nông hộ trồng lúa tại An Giang

Luận án đưa ra 15 yếu tố chủ quan và 5 yếu tố khách quan ảnh hưởng đến khả năng thoát nghèo của nông hộ được đo lường bằng thang đo Likert năm mức độ từ ‘rất không đồng ý’ đến ‘rất đồng ý’ để nông hộ nghèo đánh giá. Dựa vào kết quả khảo sát Bảng 5.24 chúng ta thấy, đối với các yếu tố khách quan, hầu hết nông hộ đều đánh giá từ “đồng ý” đến “rất đồng ý”. Trong 15 yếu tố được đưa ra chỉ có yếu tố “Có quan hệ tốt với chính quyền địa phương” được các nông hộ đánh giá là trung bình (3,17) tức là yếu tố này không ảnh hưởng đến quá trình thoát nghèo của nông hộ. Bốn yếu tố: “Hộ gia đình có ý chí phấn đấu vươn lên mạnh mẽ”, “Hộ có đất canh tác nông nghiệp”, “Không vướng vào cờ bạc, rượu chè” và “Có khả năng tiếp cận thông tin thị trường” là những yếu tố được nông hộ đánh giá ở mức điểm rất cao, điểm trung bình nằm trong khoảng từ 4,23 – 4,40, mang ý nghĩa “rất đồng ý”.

Các yếu tố khách quan cũng được các hộ nghèo đánh giá từ mức đồng ý đến rất đồng ý. Trong đó ba yếu tố “Sự quan tâm của chính quyền địa phương trong thực hiện các chính sách xóa đói giảm nghèo”, “Có thị trường đầu ra cho nông sản ổn định” và “Được hỗ trợ vay vốn với lãi suất thấp” có điểm trung bình rất cao lần lượt là 4,34, 4,33 và 4,29. Đây là các yếu tố khách quan ảnh hưởng mạnh nhất đến khả năng thoát nghèo của nông hộ. Vốn, hỗ trợ của địa phương và đầu ra của sản phẩm là những yếu tố hết sức quan trọng giúp nông hộ canh tác tốt, thu được lợi nhuận cao, từ đó tăng thu nhập dần dần thoát khỏi tình trạng nghèo.

Bảng 5. 24: Các yếu tố chủ quan và khách quan ảnh hưởng đến khả năng thoát nghèo của nông hộ nghèo trồng lúa ở An Giang

Yếu tố	Nhỏ nhất	Lớn nhất	Trung bình	Ý nghĩa
Yếu tố chủ quan				
Hộ gia đình có ý chí phấn đấu vươn lên mạnh mẽ	3	5	4,23	Rất đồng ý
Có định hướng, kế hoạch thoát nghèo	2	5	4,06	Đồng ý
Số người phụ thuộc trong gia đình ít	3	5	4,14	Đồng ý
Chủ hộ là người lớn tuổi	2	5	4,12	Đồng ý
Hộ có đất canh tác nông nghiệp	3	5	4,24	Rất đồng ý
Hộ được tiếp cận tín dụng chính thức	2	5	4,07	Đồng ý
Được người thân hỗ trợ (tiền, tài sản, việc làm...)	2	5	3,44	Đồng ý
Chủ hộ có kiến thức và trình độ học vấn phù hợp	2	5	4,00	Đồng ý
Có quan hệ tốt với chính quyền địa phương	2	5	3,17	Trung bình
Có nhiều nguồn thu nhập	3	5	4,36	Đồng ý
Có sức khỏe, ít bệnh tật	3	5	4,00	Đồng ý
Không vướng vào cờ bạc, rượu chè	2	5	4,40	Rất đồng ý
Có khả năng tiếp cận thông tin thị trường	2	5	4,37	Rất đồng ý
Nắm bắt được thông tin về các chính sách	2	5	3,69	Đồng ý
Trồng lúa thời gian dài, gắn bó với cây lúa	2	5	4,01	Đồng ý
Yếu tố khách quan				
Ruộng lúa và nơi ở thuận lợi cho giao thương	2	5	3,66	Đồng ý
Sự quan tâm của chính quyền địa phương trong thực hiện các chính sách xóa đói giảm nghèo	3	5	4,34	Rất đồng ý
Được hỗ trợ từ các chương trình tập huấn nghề, chuyển giao khoa học kỹ thuật	2	5	3,89	Đồng ý
Được hỗ trợ vay vốn với lãi suất thấp	3	5	4,29	Đồng ý
Điều kiện tự nhiên thuận lợi	2	5	4,07	Đồng ý
Cơ sở hạ tầng của địa phương tốt (đường giao thông, điện, nước, trường học, trạm y tế...)	2	5	4,16	Đồng ý
Có thị trường đầu ra cho nông sản ổn định	3	5	4,33	Rất đồng ý

Nguồn: Khảo sát 70 nông hộ nghèo trồng lúa tại An Giang, năm 2014

5.1.5 Hướng phát triển sắp tới của nông dân trồng lúa

Kết quả khảo sát cho thấy phần lớn nông hộ trồng lúa ở An Giang không có ý định chuyển sang nghề khác với tỷ lệ 100% nhóm nông hộ nghèo và 99,4% nông hộ không nghèo. Như vậy, dù lợi nhuận đạt được từ nghề trồng lúa trong thời gian qua ở mức cao hay thấp, nông dân trên địa bàn tỉnh An Giang vẫn muốn duy trì ngành nghề truyền thống này của gia đình và địa phương.

Bảng 5. 25: Định hướng phát triển của các nhóm nông hộ trồng lúa tỉnh An Giang

Tiêu chí		Hộ nghèo		Hộ không nghèo	
		Số hộ (hộ)	Tỷ trọng (%)	Số hộ (hộ)	Tỷ trọng (%)
Chuyển đổi ngành nghề	Có	0	0,0	01	0,6
	Không	70	100,0	179	99,4
Quy mô sản xuất	Duy trì	69	98,6	167	92,8
	Mở rộng	01	1,4	13	7,2

Nguồn: Khảo sát 250 nông hộ trồng lúa tại An Giang, năm 2014

Bên cạnh đó có hơn 90% nông hộ ở cả hai nhóm đều định hướng sẽ duy trì quy mô sản xuất trong thời gian sắp tới. Nguyên nhân do các nông hộ này lo ngại sẽ phải đối mặt với nhiều khó trong quá trình canh tác lúa như: phụ thuộc vào thời tiết, dịch bệnh, thiếu vốn, thiếu nhân công, giá cả đầu vào tăng cao trong khi giá bán bấp bênh...như trong thời gian qua. Chỉ có 01 hộ nghèo và 13 nông hộ không nghèo dự định sẽ mở rộng quy mô sản xuất ở tương lai, nếu họ có thêm nguồn vốn đầu tư.

*** Tóm tắt mục tiêu nghiên cứu thứ nhất:**

Khi thực hiện mục tiêu nghiên cứu thứ nhất, luận án có được một số kết luận như sau:

Thứ nhất, qua các kiểm định có ý nghĩa thống kê cho thấy có sự khác biệt về tuổi, trình độ học vấn, kinh nghiệm sản xuất, diện tích đất canh tác, năng suất lúa đạt được giữa hai nhóm nông hộ nghèo và không nghèo trồng lúa trên địa bàn tỉnh An Giang tại thời điểm khảo sát. Phần lớn nông hộ nghèo có diện tích đất trồng lúa nhỏ hơn 1ha/hộ; họ sản xuất trung bình 2 vụ lúa/năm và chủ yếu trồng giống lúa thường IR50404. Lúa giống được nhóm nông hộ này mua từ cơ sở sản xuất lúa giống tại địa phương. Trong quá trình

canh tác, đa số hộ nghèo không tham gia các lớp tập huấn và không áp dụng các tiến bộ kỹ thuật.

Thứ hai, vốn và kỹ thuật là hai yếu tố mang đến sự khó khăn cho nông hộ nghèo trong quá trình sản xuất lúa. Họ không tiếp cận các nguồn vốn tín dụng chính thức mà chủ yếu sử dụng vốn tự có trong gia đình và mua thiếu chịu vật tư nông nghiệp. Từ đó, chi phí sản xuất của nhóm hộ nghèo cao hơn chi phí sản xuất của nhóm hộ không nghèo. Ngoài ra, khả năng tiếp cận thông tin thị trường của nông hộ nghèo chỉ ở mức thấp và trung bình. Thương lái là đối tác thu mua lúa duy nhất của hộ nghèo, và đây cũng là nguồn cung cấp thông tin thị trường chủ yếu cho nông hộ.

Thứ ba, hiệu quả kỹ thuật của nông hộ nghèo (không thay đổi theo quy mô và khi thay đổi theo quy mô) đều ở mức tương đối tốt. Tuy nhiên, hiệu quả phân phối và hiệu quả chi phí của nhóm nông hộ này chỉ đạt mức trung bình (trong trường hợp không thay đổi theo quy mô) và mức tương đối khá (khi thay đổi theo quy mô). Kết quả tính toán cho thấy nhóm nông hộ nghèo vẫn còn khả năng tăng quy mô để có thể đạt hiệu quả sản xuất tối ưu trong thời gian sắp tới.

5.2 CHUỖI GIÁ TRỊ SẢN PHẨM GẠO TỈNH AN GIANG

5.2.1 Tổng quát chuỗi giá trị gạo tỉnh An Giang

Chuỗi giá trị gạo ở tỉnh An Giang bao gồm nhiều tác nhân tham gia từ đầu vào cho đến khi đưa sản phẩm đến tay người tiêu dùng. Khi phân tích chuỗi theo chức năng, chuỗi gạo có các chức năng như sau:

Chức năng đầu vào: Chuỗi bắt đầu từ các nhà cung cấp vật tư đầu vào cho việc trồng lúa như cung cấp lúa giống, phân bón, thuốc bảo vệ thực vật, nhiên liệu, lao động, thủy lợi, máy móc. Các nông hộ tham gia sản xuất theo mô hình liên kết thì chức năng này được thực hiện bởi các doanh nghiệp liên kết.

Chức năng sản xuất: Người trồng lúa là các hộ nông dân. Họ có thể là những nông hộ sản xuất lúa riêng lẻ, cũng có thể là những hộ sản xuất theo mô hình liên kết với doanh nghiệp (được gọi là mô hình “Cánh đồng lớn”). Nông dân là người trực tiếp canh tác sản xuất và thu hoạch lúa.

Chức năng thu mua: thương lái thu mua lúa trực tiếp từ nông dân rồi vận chuyển và bán lại cho nhà máy xay xát hay công ty lương thực. Đối với các nông hộ tham gia “Cánh đồng lớn”, chức năng thu mua lúa được các

doanh nghiệp liên kết thực hiện. Ngoài ra, nhà máy xay xát cũng là đối tượng thực hiện chức năng thu mua lúa từ nông hộ.

Chức năng chế biến: Các tác nhân bao gồm nhà máy xay xát và công ty lương thực. Các tác nhân này thực hiện các hoạt động sấy, xay xát, chế biến, lau bóng gạo thành nhiều loại sản phẩm để đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng tại thị trường nội địa và xuất khẩu.

Chức năng thương mại: Đây là chức năng trung gian bao gồm các hoạt động mua bán lúa từ các tác nhân tham gia chuỗi, sau đó đưa sản phẩm đến tay người tiêu dùng cuối cùng nội địa hay xuất khẩu.

Chức năng tiêu dùng: bao gồm các hoạt động phân phối đưa sản phẩm gạo đến người tiêu dùng nội địa hoặc xuất khẩu. Khâu này thường do cửa hàng bán lẻ, bán sỉ gạo tại chợ, siêu thị thực hiện đối với thị trường nội địa. Và công ty lương thực thực hiện chức năng tiêu dùng này đối với thị trường nước ngoài.

Bảng 5. 26: Sản phẩm chính của các nhân tham gia chuỗi giá trị gạo tỉnh An Giang

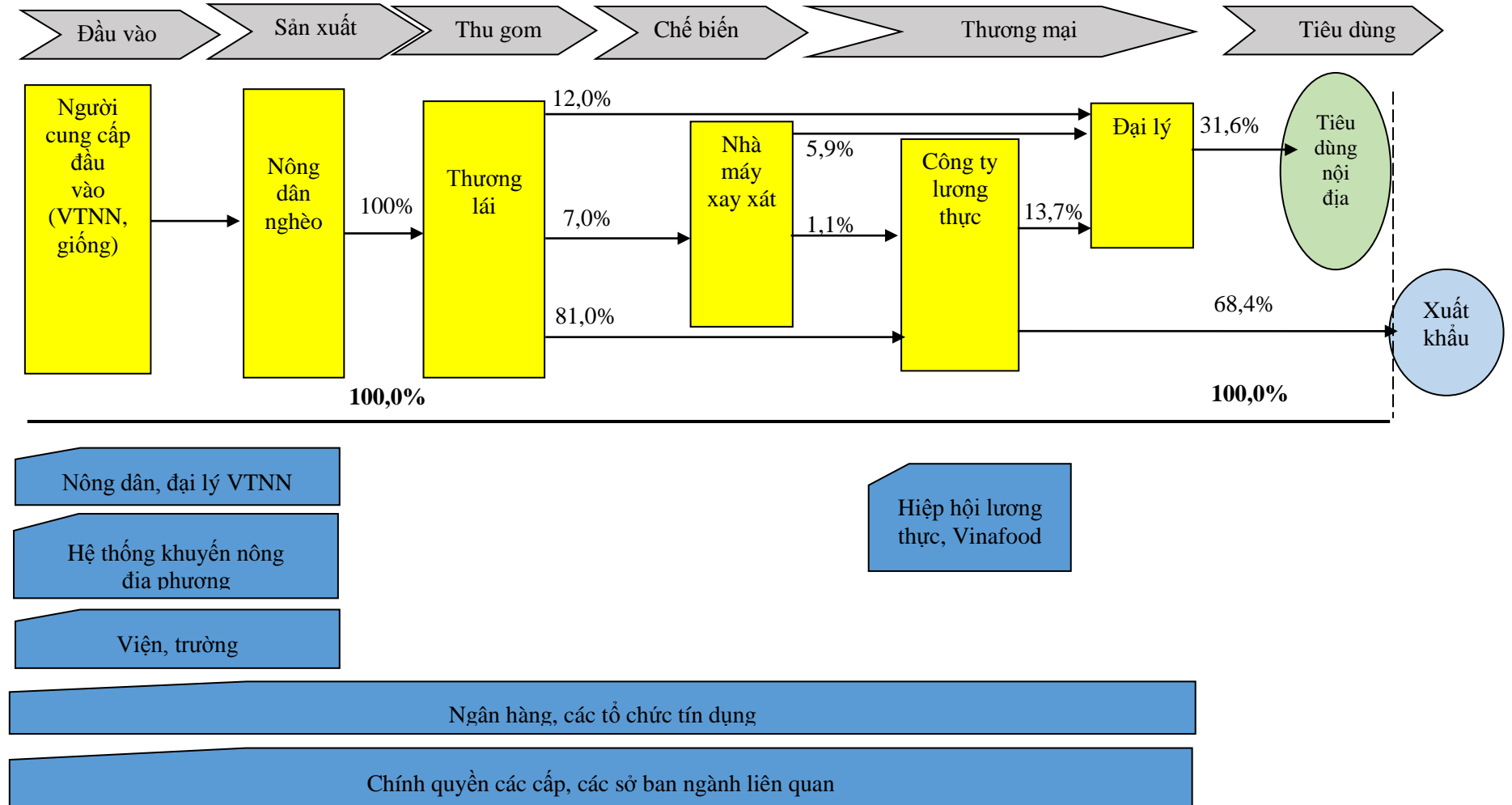
Tác nhân	Chuỗi sản phẩm chính/ phụ/ tiềm năng	Nguyên liệu đầu vào	Sản phẩm cuối cùng
Nông hộ trồng lúa	Chính	Vật tư nông nghiệp	Lúa tươi/ khô
Thương lái	Phụ Chính	Lúa tươi/khô	Rom Lúa khô/ Gạo nguyên liệu/ Gạo thành phẩm
NMXX	Chính Phụ Phụ Phụ	Lúa/Gạo Lúa Lúa Lúa/Gạo	Gạo thành phẩm Củi trấu/trấu viên Tấm Cám
CTLT	Chính Phụ Phụ Phụ	Lúa/Gạo Lúa Lúa Lúa/Gạo	Gạo thành phẩm Củi trấu/trấu viên Tấm Cám, rượu
Đại lý	Chính	Gạo	Gạo thành phẩm

Nguồn: Khảo sát các tác nhân tại An Giang, năm 2014

Do luận án tập trung nghiên cứu về chuỗi giá trị gạo nên các sản phẩm phụ từ lúa, gạo chưa được nghiên cứu và trình bày ở đây.

5.2.2 Sơ đồ chuỗi giá trị gạo tỉnh An Giang

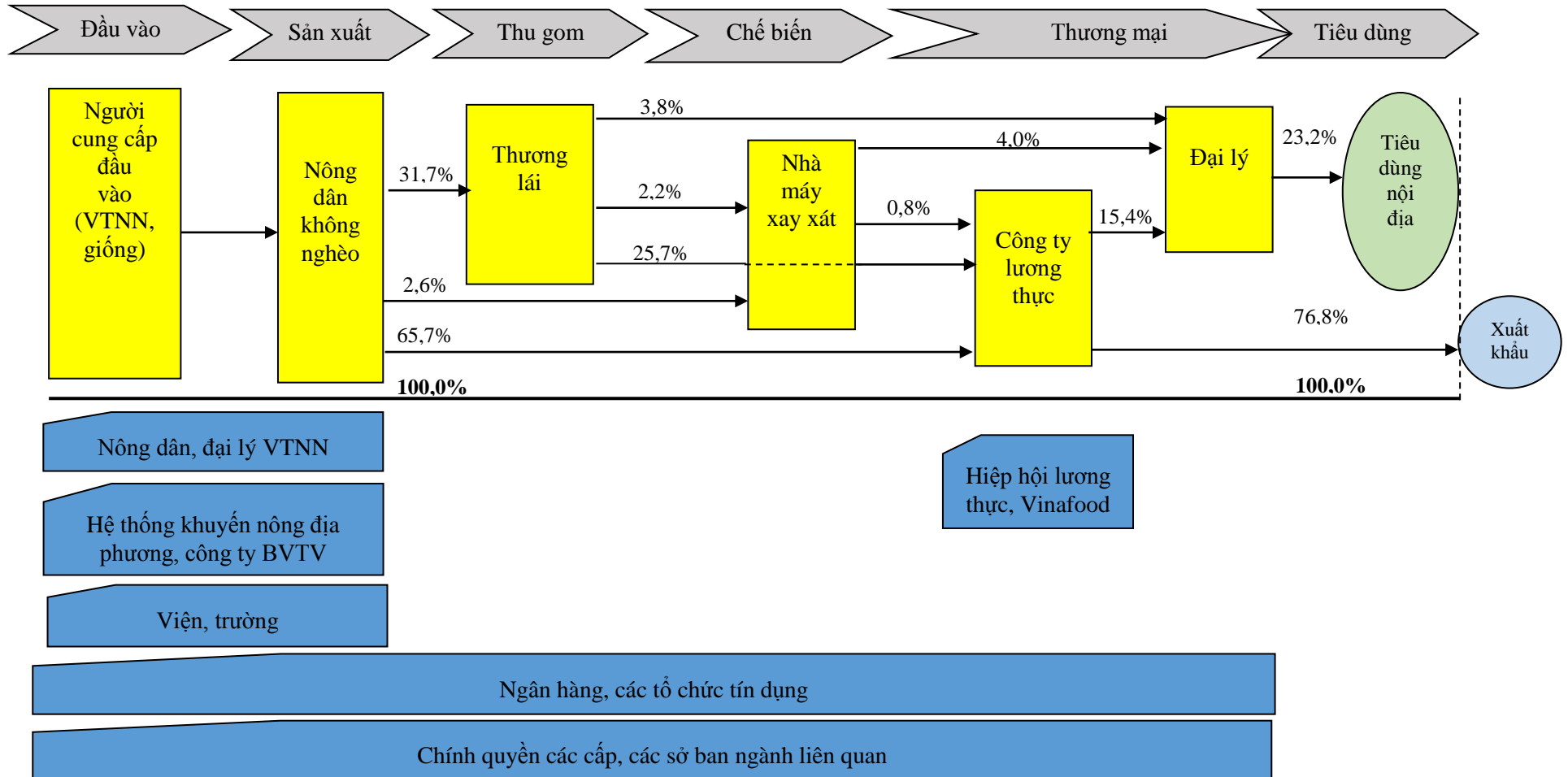
5.2.2.1 Sơ đồ chuỗi giá trị gạo tỉnh An Giang có sự tham gia của nhóm nông hộ nghèo



Nguồn: Khảo sát 70 nông hộ nghèo trồng lúa tại An Giang, năm 2014

Hình 5. 4: Sơ đồ chuỗi giá trị gạo tỉnh An Giang có sự tham gia của nông hộ nghèo

5.2.2.2 Sơ đồ chuỗi giá trị gạo tỉnh An Giang có sự tham gia của nhóm nông hộ không nghèo

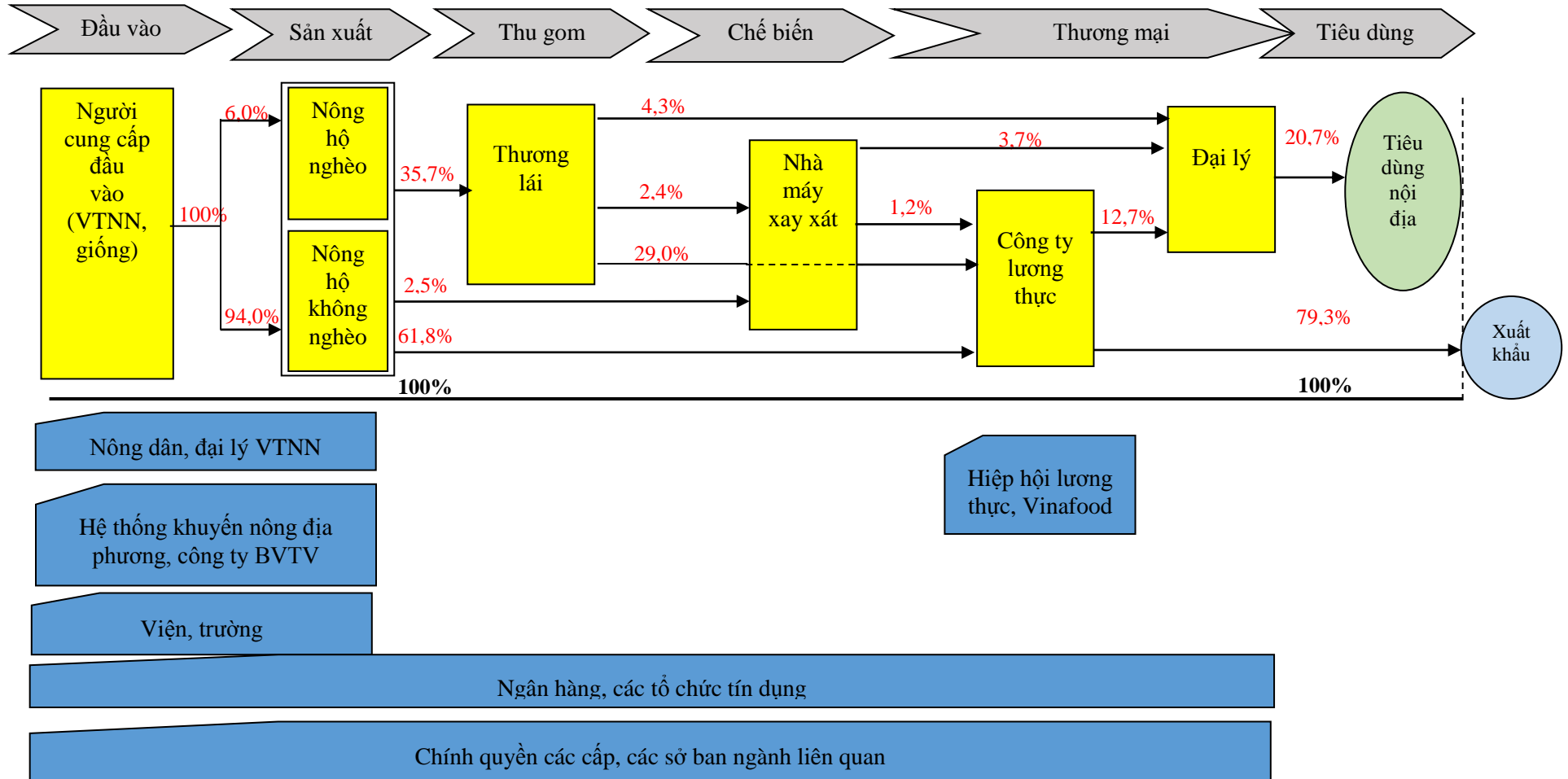


Nguồn: Khảo sát 180 nông hộ không nghèo trồng lúa tại An Giang, năm 2014

Hình 5. 5: Sơ đồ chuỗi giá trị gạo tỉnh An Giang có sự tham gia của nông hộ không nghèo

Hai sơ đồ (Hình 5.4 và Hình 5.5) về chuỗi giá trị gạo cho thấy có một điểm khác nhau về thị trường đầu ra của các nhóm nông hộ trồng lúa tại tỉnh An Giang. Nông hộ nghèo chỉ có thương lái là đối tác duy nhất tiêu thụ lúa, trong khi nông hộ không nghèo có nhiều đối tác hơn (thương lái, nhà máy xay xát, công ty lương thực). Số lượng tác nhân tham gia chuỗi giá trị gạo của hai nhóm là như nhau. Tuy nhiên, chuỗi gạo với sự tham gia của hộ nghèo có số lượng kênh thị trường ít hơn so với chuỗi gạo mà hộ không nghèo giữ vai trò là nhà sản xuất.

5.2.2.3 Sơ đồ chuỗi giá trị gạo tỉnh An Giang có sự tham gia của các nhóm nông hộ trồng lúa



Nguồn: Khảo sát 250 nông hộ trồng lúa tại An Giang, năm 2014

Hình 5. 6: Sơ đồ chuỗi giá trị gạo tỉnh An Giang

Nhìn vào Hình 5.6, chúng ta thấy chuỗi giá trị gạo tỉnh An Giang bao gồm 5 tác nhân là nông dân trồng lúa, thương lái, nhà máy xay xát, công ty lương thực và đại lý. Nông dân (bao gồm hộ nghèo và không nghèo) thực hiện chức năng sản xuất, trong đó nông dân nghèo đóng góp 6% tổng sản lượng toàn chuỗi. Chức năng thu gom được thương lái thực hiện và nông dân bán 35,7% tổng sản lượng cho thương lái. Ngoài ra, nông dân có thể lựa chọn bán sản phẩm của mình cho nhà máy xay xát hoặc công ty lương thực với các tỷ lệ tương ứng lần lượt là 2,5% và 61,8%. Chức năng chế biến được cả 2 tác nhân là nhà máy xay xát và công ty lương thực thực hiện. Đại lý là tác nhân thương mại quan trọng đưa 20,7% tổng sản lượng chuỗi đến thị trường nội địa, và 79,3% sản lượng toàn chuỗi được công ty lương thực xuất khẩu ra nước ngoài.

5.3 PHÂN TÍCH HOẠT ĐỘNG CỦA CÁC TÁC NHÂN THAM GIA CHUỖI GIÁ TRỊ GẠO TỈNH AN GIANG

5.3.1 Phân tích các nhà cung cấp yếu tố đầu vào

5.3.1.1 Cơ sở cung cấp giống

Trong thời gian qua, An Giang là tỉnh có phong trào sản xuất giống cộng đồng phát triển mạnh nhất ở vùng và đã hình thành mạng lưới cung cấp giống ở khắp các huyện và số lượng tăng dần qua các năm. Năm 2013, An Giang có 188 tổ giống đã tham gia sản xuất và cung cấp lúa giống cho nhu cầu tại địa phương với giá cả hợp lý, đã góp phần giải quyết nguồn giống tại chỗ cho nông dân. Cũng trong năm này, toàn tỉnh có diện tích nhân giống cộng đồng là 22.337 ha, với diện tích này thì tỉnh có khả năng cung cấp toàn bộ nhu cầu giống lúa cho tỉnh và phần lớn bán cho các tỉnh khác và một phần cung cấp cho thị trường Campuchia. (Sở NN&PTNT An Giang, 2014).

Trung tâm nghiên cứu Định Thành, trực thuộc Công ty Cổ phần BVTV An Giang (AGPPS), được thành lập tại huyện Thoại Sơn, An Giang. Đây là trung tâm nghiên cứu ứng dụng hiện đại ở ĐBSCL và là đơn vị tiên phong xây dựng mô hình “Cánh đồng lúa lớn”. Trung tâm đã nghiên cứu, lai tạo, chọn lọc ra những giống lúa đặc sắc, có chất lượng, có thị trường xuất khẩu với giá cao, để phục vụ sản xuất trong vùng nguyên liệu và đáp ứng nhu cầu của nông dân trồng lúa.

Công ty Cổ phần BVTV An Giang và một số công ty khác tại tỉnh An Giang thực hiện cung cấp toàn bộ vật tư nông nghiệp cho nông dân trong quá trình sản xuất và bao tiêu sản phẩm của nông hộ tại thời điểm thu hoạch theo chu trình khép kín. Tuy nhiên, để có thể tham gia mô hình liên kết sản xuất với doanh nghiệp thì nông hộ phải có diện tích và quy mô sản xuất đủ lớn.

Nông hộ có thể mua giống lúa nguyên chủng hay giống xác nhận tại các đại lý cung cấp giống ở địa phương mình, nếu nông hộ không tham gia mô hình sản xuất liên kết với doanh nghiệp. Hiện nay, tỉnh An Giang duy trì mạng lưới nhân giống lúa nhằm cung cấp giống lúa xác nhận có khả năng phục vụ được 90% diện tích sản xuất lúa hàng hóa của tỉnh; nâng cấp hoạt động của mạng lưới nhân lúa giống xác nhận cộng đồng trong tỉnh theo hướng chứng nhận chất lượng lô giống lúa phù hợp quy chuẩn kỹ thuật nhằm từng bước đáp ứng điều kiện thương mại hóa giống lúa.

5.3.1.2 Đại lý cung cấp vật tư nông nghiệp

Hiện nay, toàn tỉnh An Giang có hơn 1.400 đại lý cung ứng phân bón và thuốc bảo vệ thực vật. Vì thế, nông hộ trồng lúa trên địa bàn tỉnh đã được tạo nhiều điều kiện thuận lợi trong quá trình sản xuất lúa như: giá cả cạnh tranh, hợp lý khi nông hộ mua sản phẩm; đa dạng chủng loại phân bón và thuốc bảo vệ thực vật có thể đáp ứng được nhu cầu của nông dân; ngoài ra, nông hộ được đại lý tư vấn cách sử dụng thuốc và phân bón đạt hiệu quả, tiết kiệm; được giao hàng tận nơi; đa dạng hình thức và thời gian thanh toán khi mua hàng.

5.3.1.3 Lao động thuê ngoài

Trong quá trình sản xuất lúa, dù diện tích lớn hay nhỏ, vẫn có những công việc nông hộ phải thuê lao động ngoài thực hiện như trực đất, sạ hàng, phun thuốc, giặm lúa, nhổ cỏ... Tùy theo thời điểm mà công thuê lao động thay đổi. Đơn giá được tính dựa trên đặc điểm công việc mà người được thuê phải làm. Có sự khác biệt về giá thuê giữa lao động nam và lao động nữ.

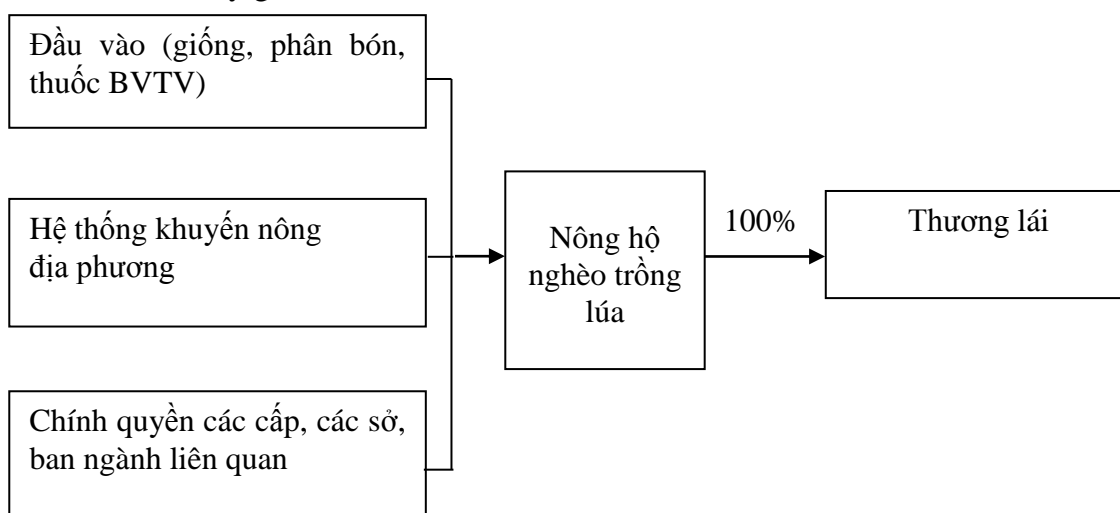
Trên địa bàn tỉnh An Giang tính đến thời điểm nghiên cứu, do lực lượng lao động nông thôn chỉ được sử dụng theo mùa vụ và chưa hiệu quả, sản xuất nông nghiệp không mang đến thu nhập cao nên một số lao động tại địa phương (thường là các thành viên trong gia đình có độ tuổi trẻ, có sức khỏe) có xu hướng rời quê lên thành phố hoặc di cư sang các địa phương khác để sinh sống, tìm việc làm. Điều này làm cho lực lượng lao động tại địa phương trở nên khan hiếm và giá thuê lao động tăng lên trong thời gian qua.

Các nông hộ sản xuất lúa khá giả, có diện tích đất lớn, họ đầu tư mua một số máy móc nhằm tăng mức độ cơ giới hóa đồng ruộng cũng như để giảm chi phí và giảm sự phụ thuộc vào lao động thuê ngoài. Các nông hộ nghèo lại có xu hướng vần công cho nhau. Họ không hoặc ít thuê mướn lao động ngoài mà chủ yếu sử dụng lao động trong gia đình để tiết kiệm chi phí sản xuất.

5.3.2 Nông hộ trồng lúa

5.3.2.1 Sơ đồ chuỗi giá trị của nông hộ trồng lúa

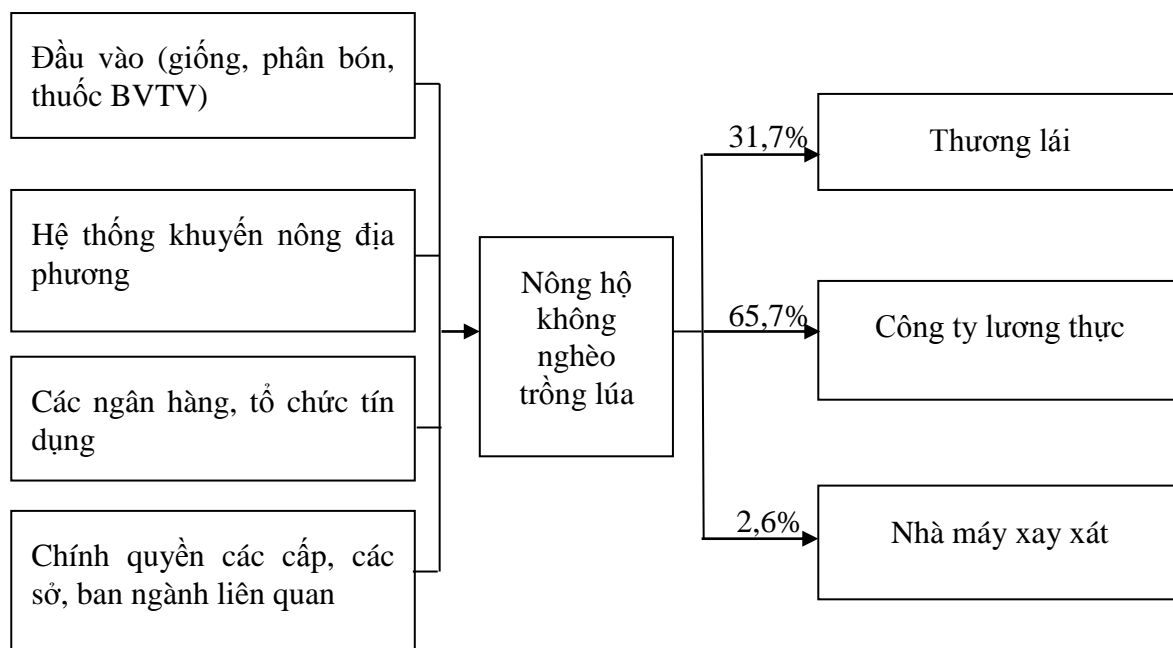
Đặt trong quan hệ kinh tế được thể hiện dưới dạng chuỗi giá trị, nông dân trồng lúa tỉnh An Giang liên đới với hai nhóm tác nhân chủ yếu, một là nhóm cung cấp dịch vụ hỗ trợ các yếu tố đầu vào cho sản xuất và hai là nhóm tác nhân tiêu thụ sản phẩm lúa của nông hộ. Nhóm cung cấp dịch vụ hỗ trợ đầu vào gồm có các đại lý cung cấp vật tư nông nghiệp như phân bón, thuốc bảo vệ thực vật, công cụ dụng cụ lao động. Ngoài cung cấp vật tư đầu vào thì các đại lý còn giữ vai trò là một trong những nguồn cung cấp vốn vay của nông hộ thông qua hình thức mua vật tư trả chậm có tính lãi. Hệ thống khuyến nông địa phương gồm có Trung tâm Khuyến nông - Khuyến ngư, Chi cục Bảo vệ thực vật, các tổ chức này hỗ trợ, tư vấn kỹ thuật sản xuất cho nông hộ. Các ngân hàng và tổ chức tín dụng cung ứng vốn cho nông dân trồng lúa. Các tác nhân tiêu thụ lúa của nông dân là thương lái, công ty lương thực, nhà máy xay xát và các đại lý gạo.



Nguồn: Khảo sát 70 nông hộ nghèo trồng lúa tại An Giang, năm 2014

Hình 5. 7: Sơ đồ chuỗi giá trị gạo của nông hộ nghèo

Nông hộ nghèo: Nhóm nông hộ này chỉ có một đối tác duy nhất tiêu thụ sản phẩm sau khi thu hoạch. Đó chính là thương lái. Kết quả khảo sát ở Hình 5.7 cho thấy nông hộ nghèo đã bán 100% sản lượng lúa tươi tại ruộng cho thương lái mà không bán lúa khô, dù giá bán lúa khô thường cao hơn giá bán lúa tươi từ 900-1.000 đồng/kg. Nguyên nhân của sự chọn lựa này vì nhóm nông hộ nghèo không có vốn để mang lúa đi sấy, mà lúa sau khi thu hoạch nếu không được phơi sấy thì chất lượng bị giảm sút rất nhanh. Họ cũng không có kho chứa lúa riêng cho mình. Ngoài ra, nông hộ nghèo cần tiền để thanh toán các khoản nợ và đầu tư cho vụ lúa mới.



Nguồn: Khảo sát 180 nông hộ không nghèo trồng lúa tại An Giang, năm 2014

Hình 5. 8: Sơ đồ chuỗi giá trị gạo của nông hộ không nghèo

Nông hộ không nghèo: Nếu như nông hộ nghèo chỉ có một đối tác thì kết quả khảo sát ở Hình 5.8 cho thấy, nhóm nông hộ không nghèo có 3 đối tượng tiêu thụ sản phẩm. Doanh nghiệp liên kết là đối tác tiêu thụ lớn nhất chiếm 65,7% tổng sản lượng của nông dân; tiếp theo là thương lái và nhà máy xay xát với tỷ lệ tương ứng là 31,7% và 2,6% . Như vậy, doanh nghiệp là thị trường chủ yếu nhất của nhóm nông hộ này, nhất là đối với các nông hộ không nghèo có liên kết sản xuất.

5.3.2.2 Chi phí sản xuất và hiệu quả tài chính của nông hộ trồng lúa

Chi phí sản xuất lúa

Xác định chi phí có liên quan đến việc trồng lúa của nông hộ là rất quan trọng vì đây là cơ sở để hạch toán giá thành, xác định lợi nhuận của người sản xuất. Có thể phân chia chi phí của nông hộ trồng lúa thành hai nhóm là chi phí trung gian và chi phí tăng thêm. Chi phí trung gian là chi phí dùng để mua các đầu vào cần thiết cho hoạt động sản xuất như giống, thuốc bảo vệ thực vật, phân bón v.v... Chi phí tăng thêm là những chi phí thêm vào trong hoạt động sản xuất kinh doanh của người trồng lúa bao gồm các khoản phí như chi phí nông cụ, dụng cụ, vận chuyển, thuê lao động, chi phí lãi vay v.v... Các khoản chi phí sản xuất lúa vụ Đông Xuân của các nhóm nông hộ nghèo và không nghèo tỉnh An Giang được trình bày cụ thể trong Bảng 5.27.

Bảng 5. 27: Cơ cấu chi phí sản xuất lúa và hiệu quả tài chính của các nhóm nông hộ trồng lúa tỉnh An Giang

Khoản mục		Nông hộ nghèo		Nông hộ không nghèo	
		Số tiền	Tỷ trọng (%)	Số tiền	Tỷ trọng (%)
1. Chi phí trung gian	Đồng/kg	1.923	49,9	1.705	48,3
Giống	Đồng/kg	301	7,8	261	7,4
Thuốc BVTV	Đồng/kg	867	22,5	679	19,2
Phân bón	Đồng/kg	755	19,6	765	21,7
2. Chi phí tăng thêm	Đồng/kg	1.934	50,1	1.829	51,7
Chuẩn bị đất	Đồng/kg	258	6,7	237	6,7
Gieo sạ	Đồng/kg	50	1,3	50	1,4
Bơm nước	Đồng/kg	278	7,2	170	4,8
Dặm lúa	Đồng/kg	84	2,2	117	3,3
Chăm sóc	Đồng/kg	621	16,1	599	16,9
Lãi vay	Đồng/kg	59	1,5	100	2,9
Thu hoạch	Đồng/kg	385	10,0	361	10,2
Vận chuyển	Đồng/kg	80	2,0	75	2,1
Khấu hao	Đồng/kg	119	3,1	120	3,4
3. Tổng chi phí lúa (1+2)	Đồng/kg	3.857	100,0	3.534	100,0
Chi phí lúa quy ra chi phí gạo(*)	Đồng/kg	5.670		5.194	
4. Giá bán	Đồng/kg	4.775	-	5.119	-
5. Lợi nhuận biên (4-3)	Đồng/kg	918	-	1.585	-
6. Năng suất	Tấn/ha	5,86	-	6,36	-
7. Doanh thu (4x6)	Triệu đồng/ha	27,98	-	32,56	-
8. Chi phí (3x6)	Triệu đồng/ha	22,60	-	22,48	-
9. Lợi nhuận (7-8)	Triệu đồng/ha	5,38	-	10,08	-
10. Lợi nhuận/Doanh thu (9/7)	Lần	0,19	-	0,31	-
11. Lợi nhuận/Chi phí (9/8)	Lần	0,24	-	0,45	-
12. Doanh thu/Chi phí (7/8)	Lần	1,24	-	1,45	-

Nguồn: Khảo sát 250 nông hộ trồng lúa tại An Giang, năm 2014

Ghi chú: (*) Chi phí lúa quy ra chi phí gạo = tổng chi phí lúa x 1,47

Tổng chi phí sản xuất trung bình (bao gồm chi phí trung gian và chi phí tăng thêm) của nông hộ nghèo là 3.857 đồng/kg và nông hộ không nghèo là 3.534 đồng/kg. Như vậy chi phí sản xuất lúa của nông hộ nghèo cao hơn chi phí sản xuất của nông hộ không nghèo do nông hộ nghèo có những khoản mục chi phí sau cao hơn:

Chi phí lúa giống: Nông hộ nghèo khi mua lúa giống từ các cơ sở địa phương phải trả thêm khoản chi phí thanh toán chậm cho người bán với mức giá trung bình 301 đồng/kg. Trong khi đó, nông hộ không nghèo thanh toán ngay cho người bán nên không phải chịu thêm khoản chi phí trả chậm này. Đối với các nông hộ không nghèo có tham gia liên kết sản xuất với doanh

nghiệp thì lúa giống được doanh nghiệp liên kết cung cấp để đảm bảo chất lượng hạt lúa của vùng nguyên liệu như nhau với mức giá ưu đãi.

Chi phí thuốc bảo vệ thực vật: Ngày nay, các mặt hàng này rất đa dạng về chủng loại và được phân phối rộng, rất thuận lợi cho nông hộ trong việc tìm mua và sử dụng. Thêm vào đó, tình trạng sâu bệnh tăng, đất ngày càng bị thoái hóa nên nông hộ sử dụng số lượng phân thuốc ngày càng nhiều. Nông hộ nghèo không tham gia tập huấn, sử dụng thuốc bảo vệ thực vật dựa trên kinh nghiệm nên đã làm cho khoản chi phí này là 867 đồng/kg, cao hơn 188 đồng/kg so với nông hộ không nghèo.

Chi phí chuẩn bị đất, bơm nước, chăm sóc đồng ruộng, thu hoạch lúa, vận chuyển: đây là những khoản chi phí của nông hộ nghèo cao hơn so với nông hộ không nghèo. Do diện tích đất canh tác nhỏ, manh mún, sản xuất riêng lẻ nên nông hộ nghèo chưa khai thác được lợi thế về quy mô trong quá trình sản xuất nên kết quả là họ phải gánh chịu các khoản chi phí cao hơn. Tóm lại, tổng chi phí sản xuất của nông hộ nghèo cao hơn tổng chi phí sản xuất 1 kg lúa của nông hộ không nghèo, do chi phí sản xuất tỷ lệ nghịch với quy mô sản xuất (Đào Thế Anh và Thái Văn Tình, 2015).

Hiệu quả tài chính của nông hộ trồng lúa

Nếu như nông hộ nghèo có tổng chi phí sản xuất cao hơn so với nông hộ không nghèo thì với mỗi kg lúa bán ra, họ bán với mức giá thấp hơn giá bán lúa của nhóm nông hộ còn lại. Cụ thể, với mức giá bán trung bình là 4.775 đồng/kg, nông hộ nghèo thu về lợi nhuận biên là 918 đồng/kg lúa. Năng suất trung bình của nông hộ nghèo đạt 5,86 tấn/ha. Như vậy, với 1 ha đất trồng lúa, nông hộ nghèo đã đầu tư trung bình khoảng 22,60 triệu đồng chi phí, thu về doanh thu là 27,98 triệu đồng và đạt được 5,38 triệu đồng lợi nhuận. Trong khi đó, một nông hộ không nghèo trung bình đạt được mức lợi nhuận là 10,08 triệu đồng/ha khi họ có tổng chi phí là 22,48 triệu đồng và doanh thu là 32,56 triệu đồng. Điều này dẫn đến sự chênh lệch về lợi nhuận đạt được của hai nhóm nông hộ nghèo và không nghèo là 4,7 triệu đồng/ha. Ngoài ra, khi xem xét chỉ tiêu về tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu thì giá trị trung bình của nông hộ nghèo là 0,19, tức là với 1 đồng doanh thu thu vào thì có được 0,19 đồng lợi nhuận. Đối với nhóm nông hộ không nghèo, chỉ tiêu này là 0,31 lần, cao hơn so với nông hộ nghèo. Bên cạnh đó, tỷ suất lợi nhuận trên chi phí (0,24 lần) và tỷ suất doanh thu trên chi phí (1,24 lần) của nông hộ nghèo đều thấp hơn so với các chỉ tiêu tương ứng này (0,45 lần và 1,45 lần) của nông hộ không nghèo. Cần lưu ý, vào ngày 23-12-2009, Thủ tướng Nguyễn Tấn Dũng có ký Nghị quyết số 63/NQ-CP về đảm bảo an ninh lương thực, trong đó điều

III khoản 4 mục a “khuyến khích nông dân giữ đất lúa” quy định: “Thực hiện đồng bộ các giải pháp giảm chi phí sản xuất, tăng thu nhập cho người sản xuất lúa gạo, đảm bảo người sản xuất lúa gạo có lãi trên 30% so với giá thành sản xuất”. Như vậy, nông hộ nghèo trồng lúa đã không đạt được mức lãi mong muốn.

5.3.2.3 Doanh thu, lợi nhuận của nông hộ trồng lúa theo từng đối tác mua lúa

Bên cạnh phân tích hiệu quả tài chính của nông hộ trồng lúa, luận án còn thực hiện phân tích doanh thu, lợi nhuận của nông hộ đạt được khi bán sản phẩm cho từng đối tác thu mua lúa khác nhau.

Bảng 5. 28: Doanh thu, lợi nhuận của các nhóm nông hộ theo từng đối tượng thu mua lúa tại tỉnh An Giang

Khoản mục	Đơn vị tính	Hộ nghèo		Hộ không nghèo	
		Thương lái	Thương lái	NMXX	Doanh nghiệp
Năng suất	Tấn/ha	5,86	6,36	6,36	6,36
Giá thành	Đồng/kg	3.857	3.534	3.534	3.534
Giá bán	Đồng/kg	4.775	4.775	5.274	5.279
Lợi nhuận biên	Đồng/kg	918	1.241	1.740	1.745
Tổng chi phí	Triệu đồng/ha	22,60	22,48	22,48	22,48
Tổng doanh thu	Triệu đồng/ha	27,98	30,37	33,54	33,57
Tổng lợi nhuận	Triệu đồng/ha	5,38	7,89	11,06	11,09

Nguồn: Khảo sát 250 nông hộ trồng lúa tại An Giang, năm 2014

Nông hộ nghèo

Thương lái là đối tác duy nhất mua lúa của nhóm nông hộ này khi vào vụ thu hoạch. Với giá bán 4.775 đồng/kg và với năng suất trung bình đạt 5,86 tấn/ha, nông hộ nghèo thu về trung bình 27,98 triệu đồng/ha. Từ đó, họ có mức lợi nhuận là 5,38 triệu đồng/ha/vụ. Do mỗi hộ nghèo chỉ có diện tích canh tác lúa trung bình là 0,62 ha/hộ nên lợi nhuận mà họ nhận được là 3,34 triệu đồng/vụ. Như vậy, để tăng lợi nhuận có được từ trồng lúa, nông hộ nghèo có thể lựa chọn: tăng năng suất, tăng sản lượng, thay đổi giống lúa trồng, tham gia mô hình liên kết sản xuất. Tuy nhiên, bản thân nông hộ nghèo không thể tự mình thực hiện những sự chuyển đổi này, do các hạn chế về nguồn lực của hộ nghèo ảnh hưởng.

Nông hộ không nghèo

Do nhóm nông hộ này bán lúa cho ba đối tượng là thương lái, doanh nghiệp liên kết và nhà máy xay xát nên mức giá bán cho từng đối tượng khác nhau. Vì thế, lợi nhuận đạt được cũng khác nhau.

Vào thời điểm thu hoạch, nông dân cần bán lúa tươi tại ruộng để không phải tốn thêm chi phí phơi sấy, chi phí vận chuyển và được nhận ngay tiền mặt để họ có thể thanh toán các khoản chi phí đã phát sinh trong quá trình sản xuất và thu hoạch lúa. Thương lái chính là đối tượng đáp ứng tốt các yêu cầu này. Vì thế, đối với đa số nông hộ trồng lúa, thương lái là đối tượng giúp tiêu thụ sản phẩm rất quan trọng. Khi mua bán lúa với thương lái, nông hộ không nghèo đã bán được lúa với mức giá là 4.775 đồng/kg. Mức giá này bằng với giá bán lúa của nhóm nông hộ nghèo. Tại giá bán 4.775 đồng/kg này, nhóm nông hộ không nghèo đạt được lợi nhuận biên là 1.241 đồng/kg, và tổng lợi nhuận là 7,89 triệu đồng/ha/vụ.

Một số nông hộ đã bán lúa cho nhà máy xay xát. Các nhà máy xay xát đã mua lúa của nông dân với mức giá trung bình là 5.274 đồng/kg. Nhờ vậy, nông hộ có được mức lợi nhuận biên 1.740 đồng/kg và tổng lợi nhuận đạt được ở vụ Đông Xuân là 11,06 triệu đồng/ha. Tuy nhiên, nhà máy xay xát chủ yếu thu mua lúa gạo tại kho vì họ không đủ năng lực để thu mua nhỏ lẻ; và nhà máy xay xát phần lớn mua lúa từ thương lái nên dù giá bán lúa cho nhà máy xay xát cao hơn giá bán cho thương lái, ít nông dân lựa chọn việc bán lúa cho đối tượng này.

Ngoài hai đối tượng trên, nông hộ không nghèo bán lúa cho doanh nghiệp với giá bán trung bình là 5.279 đồng/kg. Nhờ đó, nông hộ đạt được lợi nhuận biên là 1.745 đồng/kg và tổng lợi nhuận là 11,09 triệu đồng/ha/vụ.

Như vậy, khi bán lúa cho một trong các đối tác (thương lái, nhà máy xay xát, doanh nghiệp liên kết), nông hộ không nghèo có giá bán và đạt mức lợi nhuận khác nhau. Bán lúa cho doanh nghiệp đã mang đến cho nhóm nông hộ này lợi nhuận biên cao nhất cùng với mức tổng lợi nhuận cao nhất so với bán lúa cho hai đối tượng còn lại là thương lái và nhà máy xay xát. Tuy nhiên, chỉ có những nông hộ có tham gia liên kết mới bán được lúa cho doanh nghiệp và đạt mức lợi nhuận cao như thế. Đây cũng chính là động lực khuyến khích các nông hộ còn sản xuất riêng lẻ tham gia vào mô hình liên kết đang được phát triển tại An Giang. Đối với nông hộ không liên kết sản xuất, bán lúa cho thương lái vẫn là sự lựa chọn đầu tiên, dù mức lợi nhuận không cao so với bán lúa cho nhà máy xay xát.

5.3.2.4 Thuận lợi và khó khăn của nông hộ trồng lúa

Trong quá trình sản xuất lúa tại An Giang, nhìn chung các nông hộ có được những thuận lợi như: thị trường tiêu thụ sản phẩm lớn (74% ý kiến); có kinh nghiệm trồng lúa lâu năm (70,8% ý kiến) và điều kiện tự nhiên như thổ nhưỡng, khí hậu phù hợp với cây lúa (67,6 % ý kiến).

Bảng 5. 29: Những thuận lợi và khó khăn của nông hộ trồng lúa tỉnh An Giang

Tiêu chí	Thuận lợi		Khó khăn	
	Tần số (hộ)	Tỷ lệ (%)	Tần số (hộ)	Tỷ lệ (%)
Điều kiện tự nhiên	169	67,6	81	32,4
Kinh nghiệm sản xuất	177	70,8	73	29,2
Tiêu thụ sản phẩm	185	74,0	65	26,0
Thiếu vốn sản xuất	70	28,0	180	72,0
Giá cả không ổn định	31	12,4	219	87,6
Chất lượng lúa	122	48,8	128	51,2
Chi phí đầu vào cao	72	28,8	178	71,2
Phụ thuộc thời tiết	54	21,6	196	78,4

Nguồn: Khảo sát 250 nông hộ trồng lúa tại An Giang, năm 2014

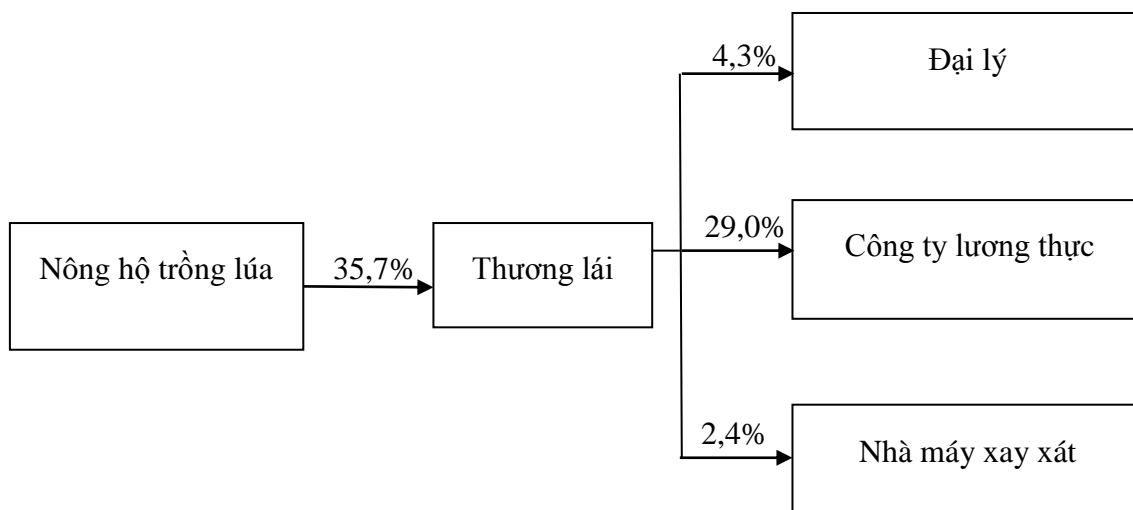
Bên cạnh những thuận lợi như trên, nông hộ trồng lúa tại An Giang cũng gặp không ít khó khăn như: giá cả không ổn định (87,6% ý kiến); phụ thuộc nhiều vào thời tiết và khí hậu (78,4% ý kiến); thiếu vốn sản xuất (72% ý kiến) và chi phí đầu vào cao (71,2% ý kiến). Tình trạng chưa kiểm soát được chất lượng giống lúa đầu vào và vật tư nông nghiệp trong quá trình sử dụng cũng mang đến không ít khó khăn cho nông hộ trồng lúa.

5.3.3 Thương lái

5.3.3.1 Sơ đồ chuỗi giá trị

Ở ĐBSCL, hệ thống thương lái len lỏi và tồn tại trong thời gian qua như một yếu tố không thể nào thiếu trong chuỗi giá trị sản xuất nông sản². Tuy nhiên, để hoạt động mua bán lúa được thực hiện thuận lợi, cả nông dân và thương lái đều cần đến một đối tượng trung gian. Đó là “cò” lúa. Đa số “cò” là người địa phương nên am tường tình hình sản xuất lúa tại địa bàn. “Cò” giúp thương lái thu mua lúa với số lượng lớn, nhanh chóng, chủng loại đồng nhất. Nhưng đối với nông dân, “cò” là đối tượng làm giảm thu nhập của họ, vì họ phải trả một khoản hoa hồng cho khâu trung gian này, từ 15-20 đồng/kg lúa.

² Quế Lim (2015). Vẫn cần thương lái. Báo Cần Thơ.



Nguồn: Khảo sát 14 thương lái tại An Giang, năm 2014

Hình 5. 9: Sơ đồ chuỗi giá trị gạo của thương lái

Hình 5.9 cho thấy thương lái là một trong những đối tác thu mua lúa quan trọng và truyền thống của nông hộ, chiếm 35,7% tổng sản lượng lúa của nông hộ. Công ty lương thực là đối tác tiêu thụ lớn nhất của thương lái, chiếm 29,0% tổng sản lượng. Ngoài ra, thương lái bán sản phẩm cho đại lý và nhà máy xay xát với tỷ lệ tương ứng là 4,3% và 2,4%.

5.3.3.2 Đặc điểm và vai trò của thương lái trong chuỗi giá trị

Thương lái là những người mua lúa của nông dân và bán lại cho các tác nhân khác trong chuỗi giá trị. Họ có vốn kinh doanh, phương tiện, vật tư phục vụ việc phơi sấy, vận chuyển lúa đến nơi xay xát. Thương lái có nhiều kinh nghiệm, mối quan hệ rộng lớn, nhạy bén với thông tin thị trường lúa gạo và giá cả. Trong thời gian qua, thương lái là tác nhân đóng vai trò rất quan trọng trong vấn đề kết nối các tác nhân trong chuỗi và tiêu thụ lúa gạo. Nếu nông dân và doanh nghiệp chưa tìm được tiếng nói chung trong vấn đề thanh toán, vận chuyển, giá cả thì đội ngũ thương lái đã có những yếu tố làm hài lòng cả người bán (nông dân) lẫn người mua (doanh nghiệp). Tuy nhiên, thương lái không có khả năng tác động đến giá mua, giá bán lúa trên thị trường. Thương lái có quyền mặc cả giá với nông dân, nhưng là người chấp nhận giá với doanh nghiệp xuất khẩu (Đào Thế Anh và Thái Văn Tình, 2015).

Qua kết quả điều tra cho thấy, tất cả thương lái được phỏng vấn chủ yếu là những cá nhân hoạt động độc lập trên thị trường, thực hiện hoạt động mua bán đơn giản. Thương lái thu mua lúa từ nông dân; sau đó, họ bán lúa, gạo nguyên liệu (còn được gọi gạo xô) hay gạo trắng cho nhà máy xay xát, công ty lương thực, đại lý. Tuy nhiên, thương lái thường không bán toàn bộ sản lượng

lúa hay gạo mình có cho một đối tượng thu mua, họ có thể bán sản phẩm cho hai hoặc ba đối tượng theo tỷ lệ khác nhau. Điều này còn tùy thuộc vào nhu cầu thị trường, giá cả và từng giai đoạn khác nhau trong vụ thu hoạch.

Bảng 5. 30: Đặc điểm của thương lái thu mua lúa tại tỉnh An Giang

Tiêu chí	Đơn vị tính	Trung bình	Thấp nhất	Cao nhất	Độ lệch chuẩn
Tuổi	Năm	44,1	22	60	9,3
Trình độ	Năm	10,7	8	12	1,5
Số năm kinh doanh	Năm	15,1	4	25	7,8
Tải trọng ghe	Tấn	55,4	30	75	10,0
Số ngày thu mua	Ngày/tháng	25,7	24	28	0,8
Số tỉnh thu mua	Tỉnh	4,5	4	6	64,2
Lượng mua/tháng	Tấn/tháng	220	150	400	64,2

Nguồn: Khảo sát 14 thương lái tại An Giang, năm 2014

Trong 14 thương lái được khảo sát khi thực hiện hoạt động kinh doanh trên địa bàn tỉnh An Giang có 10 nam và 4 nữ, độ tuổi dao động trong khoảng từ 22 đến 60 tuổi, tuổi trung bình của các thương lái là 44 tuổi. Các thương lái có trình độ học vấn từ lớp 12 trở xuống, không có đối tượng nào được phỏng vấn đạt trình độ từ trung cấp trở lên. Phần lớn họ không đăng ký kinh doanh, chỉ có 14,3% thương lái được phỏng vấn là có đăng ký kinh doanh. Kinh nghiệm mua bán lúa trung bình của thương lái trên 15 năm, cao nhất là 25 năm và thấp nhất là 4 năm. Phương tiện thu mua lúa chủ yếu của thương lái là ghe. Mỗi thương lái có từ một đến hai chiếc ghe với tải trọng trung bình khoảng 55 tấn/ghe và sản lượng thu mua lúa trung bình là 220 tấn/tháng. Mỗi tháng các thương lái này đi thu mua lúa trung bình khoảng 26 ngày ở nhiều tỉnh khác nhau (từ 4 đến 6 tỉnh). Các tỉnh mà họ thường đến thu mua lúa là An Giang, Sóc Trăng, Cần Thơ, Kiên Giang, Trà Vinh. Do việc thu mua lúa của một thương lái thực hiện ở nhiều địa phương khác nhau nên hoạt động kinh doanh của họ khó kiểm soát được. Vì thế, hiện nay chưa có số liệu chính thức nào thống kê đầy đủ số lượng thương lái vùng ĐBSCL (Nguyễn Đức Thành và cộng sự, 2015).

Đối với nông hộ trồng lúa nói chung, thương lái đóng vai trò rất quan trọng. Thương lái đặt cọc tiền mặt trước thời điểm thu mua lúa như một hợp đồng cam kết giữa hai bên. Thương lái thanh toán toàn bộ tiền mặt cho nông hộ khi thu mua lúa tại ruộng. Thông thường, thương lái sẽ thuê nhân công bốc vác lúa tại địa bàn thu mua với chi phí trung bình là 36 đồng/kg .

5.3.3.3 Yếu tố ảnh hưởng đến giá mua lúa của thương lái

Đối với hoạt động thu mua lúa của thương lái thì giá cả bị tác động bởi một số yếu tố như chất lượng, ẩm độ, khối lượng mua ít hay nhiều, khoảng cách vận chuyển và phương thức thanh toán. Kết quả phỏng vấn thương lái về mức độ tác động của các yếu tố này được trình bày ở Bảng 5.31.

Bảng 5. 31: Các yếu tố tác động đến sự hình thành giá mua và giá bán của thương lái lúa tại tỉnh An Giang

Yếu tố	Giá mua		Giá bán	
	Điểm trung bình	Ý nghĩa	Điểm trung bình	Ý nghĩa
Chất lượng (giống, % tằm)	4,50	Rất ảnh hưởng	4,36	Rất ảnh hưởng
Ẩm độ	4,21	Rất ảnh hưởng	4,21	Rất ảnh hưởng
Khối lượng ít hay nhiều	4,50	Rất ảnh hưởng	4,00	Ảnh hưởng
Khoảng cách vận chuyển	3,86	Ảnh hưởng	3,36	Trung bình
Phương thức thanh toán	3,79	Ảnh hưởng	3,29	Trung bình

Nguồn: Khảo sát 14 thương lái tại An Giang, năm 2014

Ghi chú: 1 – 1,80: rất không ảnh hưởng; 1,81 – 2,60: không ảnh hưởng; 2,61 – 3,40: trung bình; 3,41 – 4,20: ảnh hưởng; 4,21 – 5,00: rất ảnh hưởng

Kết quả khảo sát cho thấy, đối với hoạt động mua lúa của thương lái, tất cả 5 yếu tố (chất lượng, ẩm độ, khối lượng, khoảng cách vận chuyển, phương thức thanh toán) đều ảnh hưởng đến sự hình thành giá mua với điểm trung bình dao động trong khoảng từ 3,79 – 4,50 mang mức ý nghĩa từ “ảnh hưởng” đến “rất ảnh hưởng”. Hiện nay, địa điểm mua lúa tươi phổ biến nhất được tất cả thương lái áp dụng là thu mua lúa tại ruộng hay tại nhà của nông hộ, với điều kiện nơi đó thuận tiện cho ghe đến.

Tuy nhiên, khi hình thành giá bán lúa thì ba yếu tố (chất lượng, ẩm độ và khối lượng ít hay nhiều) là có sự ảnh hưởng mạnh, với điểm trung bình lần lượt là 4,36, 4,21 và 4,00. Hai yếu tố khoảng cách vận chuyển (3,36) và phương thức thanh toán (3,29) chỉ mang mức ý nghĩa trung bình, không tác động nhiều đến việc hình thành giá bán của thương lái. Hiện nay, phần lớn các nhà máy xay xát đều được xây dựng tại những địa phương có vùng nguyên liệu lớn nên khoảng cách vận chuyển từ nơi thu mua đến nơi bán lúa không quá xa. Bên cạnh đó, khi bán lúa, thương lái thường được thanh toán ngay tiền mặt hay trả chậm trong khoảng thời gian vài ngày nên điều này đã không ảnh hưởng đến giá bán sản phẩm đầu ra. Khi bán lúa, thương lái vận chuyển lúa đến bán trực tiếp cho người mua (nhà máy xay xát, công ty lương thực) với ghe là phương tiện chủ yếu.

Khi được phỏng vấn, 100% thương lái đã trả lời rằng không có bên nào là bên quyết định giá hoàn toàn, mà giá mua - giá bán được hình thành từ sự thỏa thuận giữa hai bên mua và bán trên cơ sở giá thị trường tại thời điểm diễn ra hoạt động mua bán. Trong hoạt động mua, có hai hình thức thanh toán phổ biến là: *Thứ nhất*, thương lái đặt cọc trước một phần tiền cho nông dân như một sự cam kết giữa hai bên, phần tiền mặt còn lại sẽ được thanh toán ngay khi nông dân giao sản phẩm (chiếm 92,9%). *Thứ hai*, thương lái thanh toán sau thời điểm mua lúa trong khoảng thời gian 1-2 ngày (chiếm 7,1%). Hình thức thanh toán tiền mặt ngay khi lúa được cân đong được đa số thương lái áp dụng khi mua và bán sản phẩm với các đối tác.

5.3.3.4 Cơ cấu chi phí của thương lái

Chi phí hoạt động của thương lái bao gồm chi phí thu mua lúa, chi phí hoa hồng (được gọi là “tiền cò”), chi phí vận chuyển, chi phí nhân công, bảo quản dự trữ, phơi sấy, bao bì đóng gói và một số chi phí khác như phí sinh hoạt, đi lại, liên lạc v.v... Chi phí nhiên liệu sử dụng cho ghe vận chuyển hoặc chi phí thuê vận chuyển, chi phí vận hành, khấu hao sẽ được tính trung bình trên một khoản mục chung là chi phí vận chuyển. Cơ cấu chi phí tính trên 1kg lúa của thương lái được thống kê ở Bảng 5.32.

Bảng 5. 32: Cơ cấu chi phí thu mua lúa trung bình của thương lái tại tỉnh An Giang

Đơn vị tính: đồng

Khoản mục	Lúa	Tỷ trọng (%)
Chi phí trung gian	4.800	88,3
Chi phí thu mua	4.800	88,3
Chi phí tăng thêm	636	11,7
Chi phí hoa hồng	20	0,4
Chi phí vận chuyển	84	1,5
Chi phí nhân công	36	0,7
Chi phí dũ trụ	200	3,6
Chi phí phơi sấy	140	2,6
Chi phí đóng gói	20	0,4
Chi phí khác	136	2,5
Tổng chi phí lúa	5.436	100,0
Chi phí lúa quy ra chi phí gạo	7.991	

Nguồn: Khảo sát 14 thương lái tại An Giang, năm 2014

Ghi chú: Chi phí lúa quy ra chi phí gạo = tổng chi phí lúa x 1,47

Kết quả tính toán cho thấy, trong các khoản mục chi phí thu mua lúa thì chi phí trung gian chiếm tỷ trọng lớn nhất, chiếm đến 88,3% trong tổng chi phí/kg lúa. Giá mua trung bình cho mỗi kg lúa là 4.800 đồng tại thời điểm nghiên cứu. Các khoản chi phí còn lại chiếm tỷ trọng thấp, trung bình chỉ từ 20 – 200 đồng cho mỗi kg lúa mua vào. Trong khi đó chi phí tăng thêm là 636 đồng/kg, chiếm 11,7% tổng chi phí. Giá thành trung bình tính trên 1kg lúa của thương lái là 5.436 đồng, tương đương 7.991 đồng/kg gạo.

5.3.3.5 Doanh thu, chi phí và lợi nhuận của thương lái

Trong quá trình kinh doanh, thương lái bán phần lớn sản phẩm của mình cho công ty lương thực (chiếm 81% tổng sản lượng của thương lái), vì khi bán lúa cho công ty lương thực, thương lái nhận được mức giá cao hơn so với bán cho nhà máy xay xát. Bên cạnh đó, việc thanh toán tiền hàng với công ty lương thực cũng mang tính chất ổn định, chắc chắn. Ngoài ra, bán lúa trực tiếp cho công ty lương thực, thương lái giảm bớt được khâu trung gian là nhà máy xay xát để họ nhận được khoảng lợi nhuận cao hơn. Kết quả khảo sát cho thấy bên cạnh hai khách hàng truyền thống của thương lái là công ty lương thực và nhà máy xay xát, thương lái còn bán sản phẩm cho các đại lý.

Bảng 5. 33: Doanh thu, chi phí và lợi nhuận của thương lái theo từng đối tượng thu mua lúa tại tỉnh An Giang

Khoản mục	Đơn vị tính	CTLT	NMXX	Đại lý
Chi phí đầu vào	Đồng/kg	4.800	4.800	4.800
Chi phí tăng thêm	Đồng/kg	636	636	636
Tổng chi phí	Đồng/kg	5.436	5.436	5.436
Giá bán	Đồng/kg	5.650	5.550	5.600
Lợi nhuận biên	Đồng/kg	214	114	164
Số lượng lúa	Tấn	178	15	27
Tổng doanh thu	Tr.đồng/tháng	1.005,6	83,3	151,2
Tổng chi phí	Tr.đồng/tháng	967,6	81,5	146,8
Tổng lợi nhuận	Tr.đồng/tháng	38,0	1,8	4,4
Giá bán lúa quy ra giá gạo	Đồng/kg	8.306	8.159	8.232

Nguồn: Khảo sát 14 thương lái tại An Giang, năm 2014

Ghi chú: Giá bán lúa quy ra giá gạo = giá bán lúa x 1,47

Mỗi tháng, một thương lái thu mua và bán trung bình 220 tấn lúa nên tổng lợi nhuận đạt được khoảng 44,2 triệu đồng, trong đó hoạt động bán lúa cho công ty lương thực đạt mức lợi nhuận cao nhất (38 triệu đồng). Do giá bán khác nhau nên lợi nhuận biên của thương lái cũng khác nhau giữa các đối

tượng mua lúa. Có thể nói, hoạt động mua bán gạo đã mang lại thu nhập cao và ổn định cho thương lái tại thời điểm khảo sát.

5.3.3.6 Thuận lợi và khó khăn của thương lái

Trong chuỗi giá trị sản phẩm gạo vùng ĐBSCL và An Giang không thể thiếu vắng thương lái. Tác nhân này trong quá trình kinh doanh có được những thuận lợi như: việc kinh doanh không đòi hỏi nhiều nhân công (85,7% ý kiến); có kinh nghiệm lâu năm trong nghề vì đây là nghề truyền thống của gia đình (78,6 % ý kiến); nguồn cung sản phẩm đầu vào nhiều (71,4% ý kiến) và thông tin về giá cả thị trường nhiều, nhanh (64,3 % ý kiến).

Bảng 5. 34: Những thuận lợi và khó khăn của thương lái tại tỉnh An Giang

Tiêu chí	Thuận lợi		Khó khăn	
	Tần số (thương lái)	Tỷ lệ (%)	Tần số (thương lái)	Tỷ lệ (%)
Nguồn cung sản phẩm đầu vào nhiều	10	71,4	4	28,6
Thông tin về giá cả thị trường nhiều	9	64,3	5	35,7
Kinh nghiệm lâu năm trong nghề	11	78,6	3	21,4
Việc kinh doanh không đòi hỏi nhiều nhân công	12	85,7	2	14,3
Thiếu vốn kinh doanh	3	21,4	11	78,6
Chất lượng lúa đầu vào không ổn định	6	42,9	8	57,1
Giá cả thị trường biến động	10	28,6	4	71,4
Phụ thuộc vào “cò” lúa ở địa phương	9	35,7	5	64,3

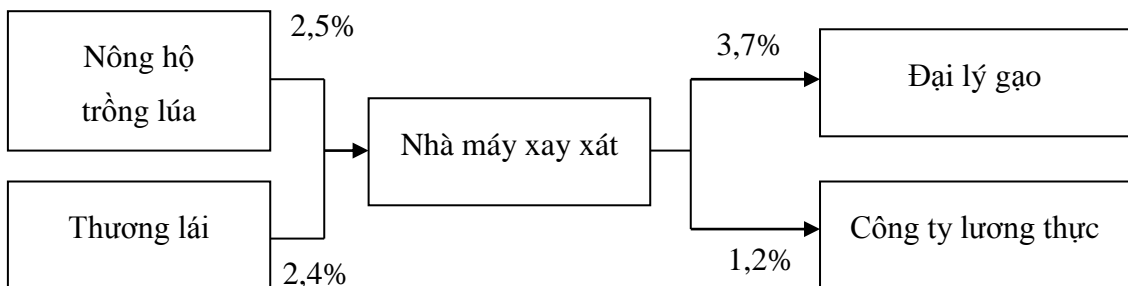
Nguồn: Khảo sát 14 thương lái tại An Giang, năm 2014

Tuy nhiên, thiếu vốn kinh doanh là khó khăn lớn nhất của thương lái (78,6% ý kiến), vì theo Đào Thế Anh và Thái Văn Tình (2015), thương lái có nhiều rủi ro và chủ yếu hoạt động riêng lẻ nên họ ít có khả năng tích tụ được vốn lớn. Ngoài ra, giá cả thị trường thường xuyên biến động (71,4% ý kiến); phụ thuộc vào “cò” lúa ở địa phương (64,3% ý kiến) và chất lượng lúa đầu vào không ổn định (57,1% ý kiến) là những khó khăn mà thương lái gặp phải trong hoạt động kinh doanh của mình không chỉ tại tỉnh An Giang mà cả khu vực ĐBSCL.

5.3.4 Nhà máy xay xát lúa gạo

5.3.4.1 Sơ đồ chuỗi giá trị

Tác nhân nhà máy xay xát thực hiện bao gồm cả hoạt động xay xát lúa và lau bóng gạo. Thời gian qua, do công nghệ phát triển nên những nhà máy chỉ thực hiện hoạt động xay xát dần rút lui ra khỏi thị trường do gạo không được xử lý qua hệ thống sấy sẽ không có thời gian dự trữ lâu, và gạo chỉ xay xát có chất lượng kém hơn so với gạo vừa được xay xát kết hợp lau bóng. Thông thường, nhà máy xay xát thu mua lúa từ thương lái (chiếm đa số sản lượng) và nông dân để xay xát và lau bóng. Sau đó nhà máy xay xát bán trực tiếp gạo nguyên liệu hay gạo trắng cho công ty lương thực và đại lý tùy theo nhu cầu bên mua. Ngoài ra, nhà máy xay xát còn cung cấp dịch vụ xay xát, lau bóng cho các thương lái khi thương lái có nhu cầu.



Nguồn: Khảo sát 05 NMXX tại An Giang, năm 2014

Hình 5. 10: Chuỗi giá trị gạo của nhà máy xay xát

Nhà máy xay xát đã thu mua 2,5% tổng sản lượng gạo toàn chuỗi từ nông hộ trồng lúa và 2,4% từ thương lái. Ở chuỗi gạo này, đại lý là thị trường trọng điểm của nhà máy xay xát (tiêu thụ hơn 75% tổng sản lượng gạo của nhà máy xay xát) và tiêu thụ 3,7% sản lượng của toàn kênh. Trong khi đó, 1,2% sản lượng gạo của toàn chuỗi được nhà máy xay xát bán cho công ty lương thực. Như vậy, nhà máy xay xát đóng vai trò quan trọng trong việc chế biến gạo cho thị trường tiêu thụ nội địa.

5.3.4.2 Đặc điểm và vai trò của nhà máy xay xát

Qua khảo sát thực tế, các chủ nhà máy xay xát đều là nam giới và có tuổi trung bình là 41, thấp nhất là 38 và cao nhất là 45. Số năm kinh doanh của nhà máy xay xát trung bình là 12,8 năm, có nhà máy đã thành lập được 20 năm. Các chủ nhà máy xay xát kinh doanh ngành nghề này phần lớn là do truyền thống của gia đình. Các nhà máy xay xát hoạt động bằng vốn tự có là 60%, phần vốn còn lại là vốn vay. Nhà máy xay xát lớn nhất có ba kho chứa

5.000 tấn lúa, một kho thành phẩm 1.500 tấn, công suất lau bóng của máy móc đạt 8-14 tấn/h, công suất bóc vỏ lên đến 10 tấn/h.

5.3.4.3 Phương thức hoạt động của nhà máy xay xát

Nhà máy xay xát thực hiện hoạt động thu mua lúa và bán gạo. Đa số các nhà máy xay xát mua lúa từ hai nguồn là thương lái và nông hộ trồng lúa. Có những thời điểm thực hiện hợp đồng, nhà máy xay xát thu mua gạo nguyên liệu từ thương lái. Giá cả mua bán sẽ do hai bên thỏa thuận trên cơ sở giá thị trường. Hình thức thanh toán phổ biến nhất là nhà máy xay xát trả ngay tiền mặt cho nông dân hay thương lái ngay sau khi bên bán giao hết sản phẩm. Hoạt động mua bán này không có hợp đồng. Tương ứng với từng đối tượng mua bán lúa, nhà máy xay xát sẽ có những mức giá mua và giá bán khác nhau. Sản phẩm đầu ra của nhà máy xay xát là gạo nguyên liệu và gạo thành phẩm. Do đó, để thống nhất trong cách tính chuỗi, tất cả đều qui ra sản lượng gạo và giá gạo. Khi xay xát 1 kg lúa, bên cạnh thu được 0,52 kg gạo trắng, nhà máy xay xát còn thu được các sản phẩm phụ bao gồm 0,12 kg cám, 0,15 kg tấm và 0,20 kg trấu, với tỷ lệ hao hụt là 1%. Các nhà máy xay xát còn thực hiện gia công xay xát thuê cho thương lái, đại lý khi các đối tượng này có nhu cầu. Hiện nay, quy mô của nhà máy xay xát có xu hướng mở rộng dần với công suất lớn hơn để phù hợp với tình hình thị trường.

5.3.4.4 Cơ cấu chi phí của nhà máy xay xát

Chi phí hoạt động của nhà máy xay xát bao gồm chi phí thu mua, chi phí vận chuyển, chi phí nhiên liệu, chi phí nhân công, chi phí chế biến và chi phí đóng gói. Các loại chi phí này được mô tả qua Bảng 5.35.

Bảng 5. 35: Cơ cấu chi phí trung bình/1kg gạo trắng của nhà máy xay xát tại tỉnh An Giang

Đơn vị tính: đồng/kg

Khoản mục	Số tiền	Tỷ trọng (%)
Chi phí trung gian	8.096	93,5
Chi phí thu mua	8.096	93,5
Chi phí tăng thêm	560	6,5
Chi phí vận chuyển	85	1,0
Chi phí nhân công	78	0,9
Chi phí nhiên liệu	27	0,3
Chi phí chế biến	130	1,5
Chi phí đóng gói	240	2,8
Tổng chi phí	8.656	100,0
Giá bán gạo trắng	8.885	-
Lợi nhuận biên	229	-

Nguồn: Khảo sát 05 NMXX tại An Giang, năm 2014

Kết quả ở Bảng 5.35 cho thấy khi sản xuất 1 kg gạo trắng, chi phí đầu vào trung bình của nhà máy xay xát là 8.096 đồng, chiếm 93,5% tổng chi phí. Chi phí tăng thêm chỉ chiếm 6,5% trong tổng chi phí bao gồm các khoản chi phí vận chuyển, chi phí nhân công, nhiên liệu, chế biến và đóng gói. Như vậy, tổng chi phí trung bình của nhà máy xay xát là 8.656 đồng/kg, với giá bán bình quân 8.885 đồng/kg thì nhà máy xay xát đạt được mức lợi nhuận trung bình là 229 đồng/kg gạo.

5.3.4.5 Doanh thu và lợi nhuận của nhà máy xay xát

Hiệu quả hoạt động của nhà máy xay xát được thể hiện qua các khoản mục doanh thu, tổng chi phí và lợi nhuận của nhà máy xay xát trong một tháng. Trung bình mỗi tháng nhà máy xay xát bán ra 1.247 tấn gạo, với tổng chi phí là 10.794 triệu đồng và doanh thu đạt là 11.079,6 triệu đồng. Từ đó, nhà máy xay xát thu về được lợi nhuận là 285,6 triệu đồng/tháng. Như vậy, hoạt động xay xát đã đem lại nguồn lợi nhuận lớn cho các nhà máy khi tham gia chuỗi giá trị gạo tỉnh An Giang.

Bảng 5. 36: Kết quả kinh doanh trung bình/tháng của nhà máy xay xát

Khoản mục	Đơn vị tính	Số tiền
Chi phí	Đồng/kg	8.656
Giá bán	Đồng/kg	8.885
Lợi nhuận biên	Đồng/kg	229
Sản lượng gạo bán ra	Tấn	1.247
Tổng doanh thu của NMXX	Triệu đồng/tháng	11.079,6
Tổng chi phí của NMXX	Triệu đồng/tháng	10.794,0
Tổng lợi nhuận	Triệu đồng/tháng	285,6

Nguồn: Khảo sát 05 NMXX tại An Giang, năm 2014

Vì nhà máy xay xát bán gạo thành phẩm cho hai nhóm khách hàng là đại lý gạo và công ty lương thực nên doanh thu, chi phí và lợi nhuận mà nhà máy xay xát đạt được khi giao dịch kinh doanh với mỗi nhóm khách hàng cũng khác nhau.

Bảng 5. 37: Doanh thu, chi phí, lợi nhuận của nhà máy xay xát khi bán gạo trắng theo từng đối tượng khách hàng

Khoản mục	Đơn vị tính	CTLT	Đại lý gạo
Giá thành	Đồng/kg	8.656	8.656
Giá bán	Đồng/kg	8.790	8.927
Lợi nhuận	Đồng/kg	134	271
Sản lượng	Tấn	305	942
Doanh thu	Triệu đồng/tháng	2.681,0	8.409,2
Chi phí	Triệu đồng/tháng	2.640,1	8.154,0
Lợi nhuận	Triệu đồng/tháng	40,9	255,2

Nguồn: Khảo sát 05 NMXX tại An Giang, năm 2014

Nhà máy xay xát bán gạo cho công ty lương thực và đại lý, với mỗi đối tượng bán khác nhau, nhà máy xay xát có mức giá bán tương ứng. Với đại lý, giá bán trung bình mà nhà máy xay xát áp dụng là 8.927 đồng/kg gạo cao hơn giá bán cho công ty lương thực (8.790 đồng/kg). Nguyên nhân dẫn đến sự chênh lệch giá bán, do khi bán gạo cho đại lý, nhà máy xay xát sẽ gặp độ rủi ro cao hơn về việc thanh toán tiền hàng chậm hay rủi ro do đại lý đổi, trả lại gạo. Ngoài ra, chi phí vận chuyển gạo từ nhà máy xay xát đến đại lý cao hơn so với chi phí vận chuyển đến công ty lương thực, vì số lượng gạo bán ít và phải sử dụng phương tiện bằng xe (thay vì bằng ghe đối với công ty lương thực).

Mỗi tháng trung bình nhà máy xay xát bán cho các đại lý 942 tấn gạo (chiếm 75,5% tổng sản lượng của nhà máy), thu về 8.409,2 triệu đồng và đạt mức lợi nhuận là 255,2 triệu đồng. Các nhà máy xay xát hiện nay bán gạo thành phẩm chủ yếu cho thị trường nội địa. Đây là sự thay đổi lớn về khách hàng tiêu thụ gạo của nhà máy xay xát từ khi Nghị định 109/2010/NĐ-CP có hiệu lực từ năm 2011. Nhà máy xay xát bán 305 tấn gạo (chiếm 24,5% tổng sản lượng) cho công ty lương thực, đạt mức lợi nhuận là 40,9 triệu đồng/tháng.

5.3.4.6 Các khó khăn và nhu cầu của nhà máy xay xát

Hiện nay, hoạt động xay xát lúa gạo đã mang lại nguồn thu nhập ổn định cho các nhà máy xay xát. Tuy nhiên, theo đánh giá của các nhà máy xay xát, việc tham gia vào hoạt động mua bán lúa gạo có nhiều rào cản như: thiếu vốn đầu tư, chất lượng sản phẩm đầu vào chưa cao và ổn định do phụ thuộc vào giống lúa nông dân trồng và do thương lái thu mua lúa từ nhiều nông hộ ở nhiều địa bàn khác nhau. Bên cạnh đó, nhà máy xay xát còn gặp khó khăn về đầu ra sản phẩm, đăng ký kinh doanh và sự cạnh tranh cao trong ngành.

Bảng 5. 38: Rào cản khi tham gia vào hoạt động mua bán lúa gạo của nhà máy xay xát

Rào cản	Trung bình	Ý nghĩa
Thiếu vốn đầu tư	4,20	Cao
Chất lượng đầu vào (lúa, gạo)	4,40	Cao
Khó khăn về đầu ra sản phẩm	3,60	Trung bình
Thuế cao	2,40	Thấp
Khó đăng ký kinh doanh	2,60	Thấp
Cạnh tranh cao	4,00	Cao

Nguồn: Khảo sát 05 NMXX tại An Giang, năm 2014

Kết quả khảo sát cho thấy tình trạng “thiếu vốn đầu tư”, “chất lượng sản phẩm đầu vào” chưa ổn định và đồng đều, mức độ “cạnh tranh cao” trong ngành là những rào cản có mức độ ảnh hưởng cao đến việc tham gia hoạt động mua bán lúa gạo của nhà máy xay xát, với điểm trung bình dao động trong khoảng 4,00–4,40. Tình trạng thiếu vốn của các nhà máy xay xát thường xuyên diễn ra do hoạt động xay xát đòi hỏi phải có nguồn vốn đầu tư lớn (máy móc, thiết bị...) nhưng trong thời gian qua, lãi suất vay khá cao đã gây nhiều khó khăn cho các nhà máy xay xát khi tiếp cận nguồn tín dụng. Đối với các tiêu chí: đầu ra của sản phẩm, khó khăn khi đăng ký kinh doanh và thuê thì các nhà máy xay xát đánh giá rằng đây không phải là rào cản của họ. Các tiêu chí này có điểm trung bình lần lượt là 3,6 ; 2,6 và 2,4, mang ý nghĩa “trung bình” và “thấp”.

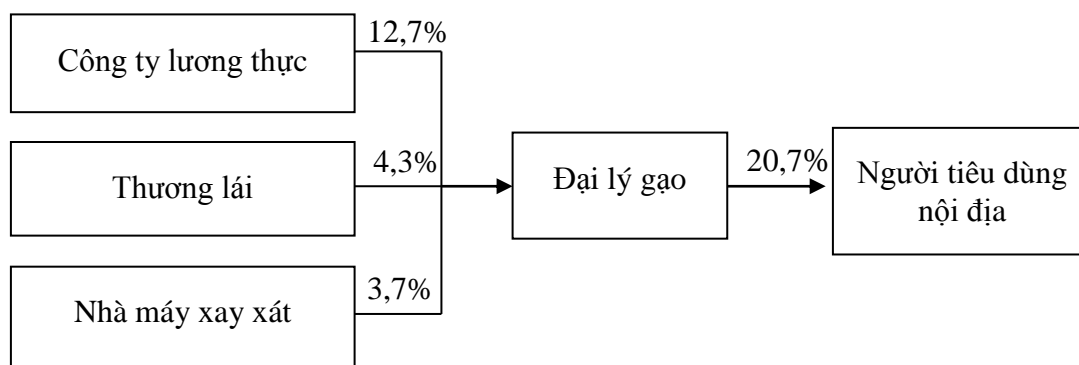
5.3.5 Đại lý gạo

5.3.5.1 Sơ đồ chuỗi giá trị

Trong chuỗi giá trị gạo, các đại lý thuộc kênh tiêu thụ nội địa, đây là điểm cuối của sản phẩm gạo trước khi đến với người tiêu dùng nội địa. Hiện nay, các đại lý thực hiện cả hai chức năng là bán buôn và bán lẻ, tùy theo đối tượng mua gạo khác nhau. Các đại lý thường mua gạo từ công ty lương thực, thương lái và nhà máy xay xát. Các đại lý gạo có quy mô đa dạng từ nhỏ đến lớn với nhiều loại hình như: sạp gạo trong các khu chợ truyền thống, cửa hàng gạo riêng biệt tại địa phương.

Với hình thức bán lẻ truyền thống, gạo thường được bán với khối lượng tùy theo nhu cầu của người tiêu dùng. Sau khi cân ký, đại lý cung cấp túi nhựa kèm theo gạo cho người mua. Việc đóng gói và bảo quản gạo thường do đại lý tự thực hiện với hình thức đơn giản. Trong khi đó, tại các cửa hàng hiện đại, siêu thị, gạo thường được bán với nhiều loại đã được đóng gói sẵn (5kg, 10kg, 15kg...). Các túi gạo có thông tin về sản phẩm và nhãn hiệu được các công ty lương thực cung cấp, có chất lượng ổn định, được bảo quản tốt hơn.

Đối tác cung cấp gạo trắng đầu vào cho đại lý bao gồm công ty lương thực, nhà máy xay xát và thương lái. Trong đó, công ty lương thực là nguồn cung cấp đầu vào chủ lực của đại lý (chiếm 61,3% tổng sản lượng gạo mua vào), kế tiếp là thương lái (chiếm 20,8%). Thị trường đầu ra của đại lý là thị trường nội địa.



Nguồn: Khảo sát 08 đại lý tại An Giang, năm 2014

Hình 5. 11: Sơ đồ chuỗi giá trị gạo của đại lý

5.3.5.2 Đặc điểm và vai trò của đại lý gạo

Luận án khảo sát 08 đại lý bán gạo trên địa bàn tỉnh An Giang. Các đối tượng này có độ tuổi dao động trong khoảng từ 32 đến 55 tuổi, tuổi trung bình là 45 tuổi. Trình độ học vấn của các chủ đại lý gạo đạt từ lớp 12 trở xuống, không có đối tượng nào có học vấn từ trung cấp trở lên. Số năm đến trường trung bình của họ khoảng 9 đến 10 năm. Tỷ lệ các hộ có đăng ký kinh doanh và không đăng ký kinh doanh là bằng nhau (50%). Lý do các đại lý này quyết định kinh doanh mặt hàng gạo vì hoạt động này mang lại lợi nhuận và nguồn thu nhập ổn định.

Bảng 5. 39: Đặc điểm của đại lý gạo tại tỉnh An Giang

Tiêu chí	Đơn vị tính	Trung bình	Thấp nhất	Cao nhất
Tuổi	Năm	45,0	32	55
Trình độ	Năm	9,5	8	12
Số năm kinh doanh	Năm	16,5	10	25
Số ngày kinh doanh	Ngày/năm	350,6	320	365
Lượng mua/tháng	Tấn/tháng	9,25	8,8	10,0

Nguồn: Khảo sát 08 đại lý tại An Giang, năm 2014

Bên cạnh những đặc điểm trên, các chủ đại lý có nhiều năm kinh nghiệm trong nghề, trung bình khoảng 16 năm, trong đó có đại lý có kinh nghiệm nhiều nhất là 25 năm và thấp nhất là 10 năm. Hầu như họ buôn bán quanh năm, số ngày kinh doanh trung bình là 351 ngày/năm. Mỗi tháng trung bình mỗi đại lý mua vào khoảng 9,25 tấn gạo.

5.3.5.3 Phương thức hoạt động của đại lý gạo

Giá mua của đại lý được hình thành chủ yếu dựa trên sự thỏa thuận giữa người mua và người bán (50%). Ngoài ra, giá có thể do người bán quyết định

(25%) hoặc căn cứ vào giá thị trường (25%). Có một số yếu tố ảnh hưởng đến sự hình thành giá cả như chất lượng, ẩm độ, khối lượng, khoảng cách vận chuyển và phương thức thanh toán.

Theo đánh giá của đại lý, giá mua gạo đầu vào của họ chịu ảnh hưởng của các yếu tố như: chất lượng gạo (giống lúa, % tằm), khối lượng mua gạo ít hay nhiều và phương thức thanh toán (trả tiền mặt ngay hay trả chậm). Các yếu tố này có điểm trung bình trong khoảng từ 4,00 – 4,38 mang ý nghĩa “ảnh hưởng” và “rất ảnh hưởng”. Tuy nhiên, giá bán gạo của đại lý ra thị trường lại chịu tác động mạnh nhất của các yếu tố về chất lượng gạo (điểm trung bình 4,38 với ý nghĩa “rất ảnh hưởng”), khoảng cách vận chuyển và khối lượng bán ít hay nhiều (với điểm trung bình lần lượt là 4,10 và 3,88) mang ý nghĩa từ “ảnh hưởng” .

Bảng 5. 40: Các yếu tố tác động đến sự hình thành giá mua và giá bán gạo của đại lý tại tỉnh An Giang

<i>Yếu tố</i>	<i>Giá mua</i>		<i>Giá bán</i>	
	Điểm trung bình	Ý nghĩa	Điểm trung bình	Ý nghĩa
Chất lượng (giống, % tằm)	4,38	Rất ảnh hưởng	4,38	Rất ảnh hưởng
Ẩm độ	2,38	Không ảnh hưởng	2,30	Không ảnh hưởng
Khối lượng ít hay nhiều	4,00	Ảnh hưởng	3,88	Ảnh hưởng
Khoảng cách vận chuyển	3,25	Trung bình	4,10	Ảnh hưởng
Phương thức thanh toán	4,13	Ảnh hưởng	3,13	Trung bình

Nguồn: Khảo sát 08 đại lý tại An Giang, năm 2014

Ghi chú: 1 – 1,80: rất không ảnh hưởng; 1,81 – 2,60: không ảnh hưởng; 2,61 – 3,40: trung bình; 3,41 – 4,20: ảnh hưởng; 4,21 – 5,00: rất ảnh hưởng

5.3.5.4 Chi phí, doanh thu, lợi nhuận của đại lý gạo

Trong quá trình kinh doanh, các đại lý thường tốn các khoản chi phí như chi phí mua gạo đầu vào, chi phí vận chuyển, chi phí điện-nước, chi phí nhân công bốc vác, đóng gói, chi phí giao hàng, bán hàng, thuế, chi phí kho bảo quản và các loại chi phí phục vụ bán hàng khác. Cơ cấu chi phí trung bình tính trên 1 kg gạo của các đại lý được trình bày trong Bảng 5.41.

Chi phí đầu vào của đại lý là chi phí thu mua có giá trị là 9.085 đồng/kg gạo. Chi phí đầu vào chiếm đến 97% tổng chi phí, trong khi chi phí tăng thêm chỉ chiếm 3% tổng chi phí. Chi phí tăng thêm bao gồm các khoản chi như vận

chuyển, điện, nhân công, thuế, bảo quản và chi phí khác. Tổng chi phí tính trên 1kg gạo trung bình khoảng 9.355 đồng.

Bảng 5. 41: Chi phí, doanh thu và lợi nhuận trung bình của đại lý gạo

Loại chi phí	Đơn vị tính	Số tiền	Tỷ trọng (%)
Chi phí trung gian	Đồng/kg	9.085	97,0
Chi phí mua gạo	Đồng/kg	9.085	97,0
Chi phí tăng thêm	Đồng/kg	270	3,0
Chi phí vận chuyển	Đồng/kg	14	0,2
Chi phí điện	Đồng/kg	54	0,6
Chi phí nhân công	Đồng/kg	75	0,8
Thuế	Đồng/kg	14	0,2
Chi phí bảo quản	Đồng/kg	21	0,2
Các loại chi phí khác	Đồng/kg	92	1,0
Chi phí tính trên 1kg gạo	Đồng/kg	9.355	100,0
Giá bán	Đồng/kg	10.417	-
Lợi nhuận biên	Đồng/kg	1.062	-
Sản lượng bán	Tấn	9,25	-
Tổng chi phí/tháng	Triệu đồng	86,5	-
Tổng doanh thu/tháng	Triệu đồng	96,3	-
Tổng lợi nhuận/tháng	Triệu đồng	9,8	-

Nguồn: Khảo sát 08 đại lý tại An Giang, năm 2014

Các đại lý này thường bán nhiều loại gạo khác nhau, phân loại gạo được dựa trên tiêu chí về giống lúa và chất lượng gạo. Trung bình đại lý bán khoảng 9,25 tấn gạo/tháng ra thị trường. Giá các loại gạo dao động từ 9.200 đến 11.000 đồng/kg. Giá bán lẻ gạo bình quân là 10.417 đồng/kg. Với giá bán như vậy, mỗi kg gạo bán ra, đại lý thu về trung bình 1.062 đồng lợi nhuận. Lợi nhuận trung bình từ việc kinh doanh gạo/tháng của mỗi hộ là 9,8 triệu đồng. Như vậy, hoạt động kinh doanh gạo mang lại nguồn thu nhập ổn định cho các đại lý.

5.3.5.5 Các khó khăn và nhu cầu của đại lý gạo

Hiện nay, các đại lý gạo thường kinh doanh bằng vốn tự có (100%), không vay vốn. Theo kết quả khảo sát, có một số rào cản khi tham gia vào hoạt động mua và bán gạo đến người tiêu dùng ở tỉnh An Giang. Trong đó, các rào cản do thiếu vốn đầu tư, vị trí kinh doanh, thị trường đầu ra sản phẩm, sự cạnh tranh gay gắt giữa những đại lý gạo được đánh giá ở mức “cao” với điểm trung bình nằm trong khoảng 3,48 – 4,00. Hai yếu tố đăng ký kinh doanh và thuế cao chỉ có tác động trung bình đến việc tham gia hoạt động kinh doanh gạo.

Bảng 5. 42: Rào cản khi tham gia vào hoạt động mua bán gạo của đại lý

Rào cản	Điểm trung bình	Ý nghĩa
Thiếu vốn đầu tư	3,50	Cao
Vị trí kinh doanh	4,00	Cao
Thị trường đầu ra sản phẩm	3,75	Cao
Thuế cao	2,75	Trung bình
Khó đăng ký kinh doanh	3,00	Trung bình
Cạnh tranh cao	3,48	Cao

Nguồn: Khảo sát 08 đại lý tại An Giang, năm 2014

Tuy có một số rào cản trong việc kinh doanh gạo, phần lớn các đại lý vẫn đánh giá cao công việc này. Cụ thể có 75% các đại lý nhận định rằng hoạt động kinh doanh này đã tạo nguồn thu nhập ổn định cho cuộc sống của họ. Bên cạnh đó, kinh doanh gạo không đòi hỏi nhiều nhân công, đồng thời giúp tận dụng được thời gian nhàn rỗi của các thành viên trong gia đình. Trong thời gian tới, 100% đại lý quyết định không chuyển đổi nghề mà vẫn tiếp tục duy trì quy mô kinh doanh bán gạo như hiện nay.

5.3.6 Công ty lương thực

Luận án đã khảo sát 4 công ty lương thực lớn có chức năng xuất khẩu tham gia vào chuỗi giá trị gạo ở An Giang là Công ty Cổ phần BVTV An Giang (AGPPS)- nay là Công ty Cổ phần Tập đoàn Lộc Trời, Công ty Cổ phần Xuất Nhập khẩu An Giang (Angimex), Công ty Lương thực-Thực phẩm An Giang (Anfoodco), và Công ty Cổ phần Gentraco (Gentraco).

Tuy chỉ mới mở rộng hoạt động sang lĩnh vực xay xát, chế biến và bán gạo nhưng AGPPS lại là đơn vị tiên phong tại Việt Nam trong việc liên kết với nông dân để sản xuất lúa gạo với mô hình chiến lược “Cánh đồng mẫu lớn” (hiện nay được gọi là “Cánh đồng lớn”) và chương trình “Cùng nông dân ra đồng”. Mục tiêu của mô hình này nhằm mang lại giải pháp toàn diện cho người nông dân và nền nông nghiệp Việt Nam. Hiện nay, AGPPS có 5 nhà máy xay xát và chế biến gạo, với công suất chế biến của mỗi nhà máy là 200.000 tấn lúa/năm. AGPPS thành lập Trung tâm nghiên cứu nông nghiệp Định Thành chuyên nghiên cứu, sản xuất và cung cấp nhiều loại giống lúa chất lượng cao như Jasmine 85, OM4218, OM5451, OM6976, OM7347. Trung tâm được thành lập nhằm góp phần giải quyết những vấn đề liên quan đến khoa học kỹ thuật và đào tạo nguồn nhân lực để phục vụ cho chiến lược của công ty “Hướng về nông dân, gia tăng thu nhập của người nông dân”. Trước mắt, AGPPS liên kết với nông dân trồng lúa, thông qua việc phân phối lại lợi nhuận trong chuỗi giá trị hạt lúa–hạt gạo từ gieo trồng cho đến thu hoạch, thu

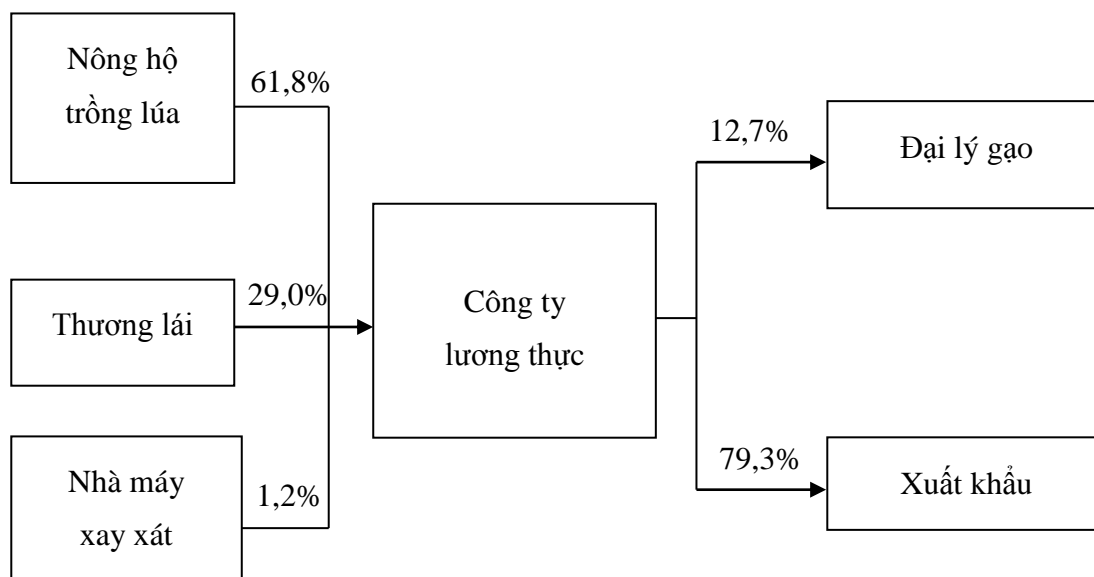
mua, chế biến, tiêu dùng và xuất khẩu. Với sản phẩm là gạo chất lượng cao, công ty chủ yếu xuất khẩu sang các quốc gia như Nhật Bản, Anh Quốc, Newzeland, Trung Quốc, Hồng Kong, Singapore và Thái Lan với tổng sản lượng đạt 32.000 tấn. Sản lượng gạo tiêu thụ nội địa đạt 8.000 tấn.

Công ty Cổ phần Xuất Nhập khẩu An Giang (Angimex) là một trong những công ty hàng đầu về chế biến và kinh doanh gạo ở An Giang. Năng lực sản xuất của công ty đạt 250.000 tấn gạo/năm, hệ thống nhà máy với tổng sức chứa lên đến 90.000 tấn và thiết bị chế biến hiện đại được phân bố tại các vùng nguyên liệu trọng điểm, giao thông thuận lợi. Hiện nay, công ty có 11 phân xưởng và 01 nhà máy chuyên thu mua - sản xuất, với địa bàn hoạt động trải đều trên các huyện thị thuộc tỉnh An Giang và các tỉnh ĐBSCL. Xuất khẩu gạo từ nhiều năm qua là ngành kinh doanh chủ lực của công ty với định hướng chiến lược tăng trưởng ổn định, tập trung phát triển thị trường và sản phẩm. Ngành gạo nội địa cũng được công ty quan tâm đầu tư với chiến lược tăng trưởng tập trung vào sản phẩm và phát triển hệ thống phân phối. Thị trường xuất khẩu của Angimex rất đa dạng như Singapore, Malaysia, Philippines, Indonesia, Africa, Iran, Iraq, Cuba, Hongkong.

Công ty Cổ phần Gentraco được thành lập vào năm 1976 với mô hình Cửa hàng Thương nghiệp tổng hợp huyện Thốt Nốt. Từ năm 2010 đến nay, Gentraco phát triển theo mô hình tập đoàn với các đơn vị thành viên hoạt động trong các lĩnh vực chế biến gạo xuất khẩu, nuôi trồng thủy sản, kinh doanh và chế biến nông sản, phân phối hàng hóa. Với hơn 35 năm phát triển, trong đó hơn 20 năm hoạt động trong ngành chế biến gạo xuất khẩu, hiện nay hệ thống kho và nhà máy được hình thành tại 6 cụm với công suất thiết bị 2.500 tấn/ngày, hệ thống kho chứa bình quân 70.000 tấn đặt tại trung tâm lúa gạo ĐBSCL: Thốt Nốt, Vĩnh Thạnh (Cần Thơ), Lấp Vò (Đồng Tháp), Long Xuyên (An Giang). Gentraco được xếp trong top 10 đơn vị xuất khẩu gạo lớn nhất Việt Nam. Công ty có cùng nguyên liệu lúa chất lượng cao hơn 10.000 ha tại Cần Thơ và các tỉnh ĐBSCL, thông qua hợp đồng bao tiêu (đầu tư giống, chuyển giao kỹ thuật và bao tiêu lúa) với các hợp tác xã nông nghiệp, nhóm nông dân. Sản phẩm gạo của Gentraco đã có mặt trên 40 quốc gia như Australia, New Zealand, Hong Kong, Taiwan, Mỹ, Trung Đông...

5.3.6.1 Sơ đồ chuỗi giá trị

Công ty lương thực là tác nhân giữ vai trò quan trọng trong chuỗi giá trị gạo tỉnh An Giang, đặc biệt đối với kênh thị trường gạo xuất khẩu.



Nguồn: Khảo sát 04 Công ty lương thực, năm 2014

Hình 5. 12: Sơ đồ chuỗi giá trị của công ty lương thực

Công ty lương thực có đến 3 nguồn cung cấp lúa, gạo. Đó là nông hộ, thương lái và nhà máy xay xát, trong đó sản lượng lúa được thu mua từ nông hộ chiếm tỷ trọng cao nhất (chiếm 61,8% tổng sản lượng toàn chuỗi), kế đến là thương lái (chiếm 29,0%). Công ty lương thực chỉ thu mua 1,2% tổng sản lượng cả chuỗi từ nhà máy xay xát.

Lý giải cho xu hướng tăng tỷ trọng thu mua lúa từ nông hộ thay vì từ thương lái do trong thời gian qua, lúa được thu mua từ thương lái có chất lượng không đồng đều và không ổn định. Điều này đã mang không ít khó khăn cho công ty trong quá trình kinh doanh, nhất là khi đáp ứng nhu cầu về chất lượng của các thị trường xuất khẩu mục tiêu. Vì thế, các công ty đã và đang chú trọng xây dựng, mở rộng vùng nguyên liệu bằng mô hình liên kết sản xuất-tiêu thụ với nông dân. Đồng thời, giảm dần sự phụ thuộc nguồn cung đầu vào đối với thương lái.

5.3.6.2 Chi phí, doanh thu, lợi nhuận của công ty lương thực

Các công ty lương thực thu mua lúa trực tiếp từ nông dân, mua lúa và gạo từ thương lái và nhà máy xay xát. Sau khi chế biến, phân loại, gạo thành phẩm sẽ được công ty xuất khẩu hoặc tiêu thụ nội địa.

Kết quả thống kê cho thấy chi phí đầu vào trung bình tính trên 1kg gạo của công ty lương thực là 7.921 đồng/kg. Kênh phân phối của các công ty lương thực có hai kênh chính là tiêu thụ tại thị trường nội địa chiếm 12,7% và xuất khẩu chiếm 79,3% tổng sản lượng của toàn chuỗi gạo tỉnh An Giang.

Bảng 5. 43: Giá thu mua gạo đầu vào của các Công ty lương thực

Đơn vị tính: đồng/kg

Tác nhân bán gạo	Giá bán
Nông dân	7.760
Thương lái	8.306
Nhà máy xay xát	8.790
Trung bình	7.921

Nguồn: Khảo sát 04 Công ty lương thực, năm 2014

Chi phí đầu vào tính trên 1kg gạo của kênh xuất khẩu và nội địa là giống nhau, đều có mức chi phí là 7.921 đồng. Chi phí tăng thêm bao gồm các khoản là sấy khô, lau bóng, phân loại, tách màu, bao bì, marketing v.v... Đối với gạo xuất khẩu chi phí tăng thêm cao hơn, trung bình là 3.210 đồng, trong khi chi phí tăng thêm tính trên 1kg gạo bán nội địa là 1.480 đồng/kg. Như vậy, giá thành trung bình cho 1 kg gạo xuất khẩu là 11.131 đồng/kg và 9.401 đồng/kg cho 1kg gạo bán nội địa.

Bảng 5. 44: Chi phí và lợi nhuận tính trên 1kg gạo của công ty lương thực

Đơn vị tính: đồng/kg

Loại chi phí	Xuất khẩu	Nội địa
Chi phí đầu vào	7.921	7.921
Chi phí tăng thêm	3.210	1.480
Chi phí tính trên 1kg gạo	11.131	9.401
Giá bán	11.580	9.901
Lợi nhuận biên	449	500

Nguồn: Khảo sát 04 Công ty lương thực, năm 2014

Bảng 5.44 cho thấy, giá bán xuất khẩu trung bình của công ty lương thực là 11.580 đồng/kg mang về mức lợi nhuận trung bình là 449 đồng/kg. Kênh gạo nội địa có giá bán thấp hơn là 9.901 đồng/kg gạo nhưng mang về mức lợi nhuận biên là 500 đồng/kg. Thông thường, khi bán gạo xuất khẩu, công ty lương thực bị phụ thuộc vào giá thị trường thế giới và tỷ giá hối đoái nên khoảng lợi nhuận biên dao động khá nhiều. Đối với thị trường nội địa, công ty lương thực chủ động được mức giá bán nên đạt được lợi nhuận cao hơn.

Bảng 5. 45: Kết quả kinh doanh của công ty lương thực

Chỉ tiêu	Đơn vị tính	Xuất khẩu	Nội địa
Sản lượng	Tấn	121.986	19.529
Chi phí	Đồng/kg	11.131	9.401
Giá bán	Đồng/kg	11.580	9.901
Lợi nhuận biên	Đồng/kg	449	500
Tổng doanh thu/năm	Tỷ đồng	1.412,6	193,4
Tổng chi phí/năm	Tỷ đồng	1.357,8	183,6
Tổng lợi nhuận/năm	Tỷ đồng	54,8	9,8

Nguồn: Khảo sát 04 Công ty lương thực, năm 2014

Tại thời điểm nghiên cứu, trung bình các công ty lương thực bán ra khoảng 141.515 tấn gạo, trong đó kênh xuất khẩu là 121.986 tấn (với tỷ trọng 86,2%) và 19.529 tấn (chiếm 13,8%) cho kênh nội địa. Doanh thu từ xuất khẩu gạo mang lại cho các công ty lương thực chiếm tỷ trọng rất cao, trung bình khoảng 1.412,6 tỷ đồng/năm. Kênh gạo nội địa tuy có doanh thu thấp hơn nhưng lại là kênh tiêu thụ ổn định với doanh thu đạt trung bình 193,4 tỷ đồng/năm. Tổng lợi nhuận trung bình của các công ty lương thực đạt 64,6 tỷ đồng/năm, trong đó lợi nhuận do xuất khẩu mang lại là 54,8 tỷ đồng và nội địa là 9,8 tỷ đồng.

5.3.6.3 Thuận lợi và khó khăn của công ty lương thực

Hoạt động kinh doanh lúa gạo tại thị trường nội địa, các công ty lương thực có những thuận lợi như: nguồn hàng nhiều và sản lượng cao (cùng đạt 100% ý kiến) do ĐBSCL là “vựa lúa” của Việt Nam. Trong khi đó, đối với hoạt động xuất khẩu, các công ty lương thực có thuận lợi là nhiều kinh nghiệm trong lĩnh vực xuất nhập khẩu (100% ý kiến); được sự hỗ trợ của Chính phủ và Hiệp hội Lương thực (75% ý kiến) trong quá trình thu mua, xuất khẩu gạo ra thị trường thế giới.

Tuy nhiên, bên cạnh những thuận lợi như trên, công ty lương thực gặp không ít khó khăn. *Thứ nhất*, đó là sự cạnh tranh gay gắt trong ngành kinh doanh lúa gạo. Sự cạnh tranh này không chỉ đến từ doanh nghiệp Việt Nam mà còn từ doanh nghiệp nước ngoài. Đặc biệt, đối với thị trường xuất khẩu, các công ty lương thực hiện nay đang bị mất dần thị trường về các đối thủ cạnh tranh với 100% ý kiến. Cụ thể: thị trường Châu Âu đang bị mất về Campuchia; thị trường Châu Phi bị mất về Thái Lan, Ấn Độ, Myanmar; thị trường Trung Quốc từ năm 2014 cũng đang bị Thái Lan giành lấy. *Thứ hai*, ¾ công ty lương thực khi được khảo sát cho rằng việc chưa xây dựng được thương hiệu cho ngành lúa gạo Việt Nam trong thời gian qua đã mang đến nhiều khó khăn cho doanh nghiệp khi tiêu thụ gạo tại thị trường nội địa và

nước ngoài. *Thứ ba*, chất lượng lúa không đồng đều, không ổn định cũng là trở ngại của các công ty lương thực với 75% ý kiến nhận xét. *Thứ tư*, khi xuất khẩu gạo, công ty lương thực gặp khó khăn là quyền quyết định giá bán (75% ý kiến). Các công ty lương thực đều cho rằng giá gạo xuất khẩu phần lớn do người mua (nhà nhập khẩu) chi phối. Rất ít doanh nghiệp có thể bán gạo với mức giá được xác định trên cơ sở giá thành.

Bảng 5. 46 Những thuận lợi và khó khăn của công ty lương thực trong quá trình kinh doanh

Tiêu chí	Thuận lợi		Khó khăn	
	Tần số (CTLT)	Tỷ lệ (%)	Tần số (CTLT)	Tỷ lệ (%)
Nguồn hàng nhiều	4	100	0	0
Giống lúa đa dạng	3	75	1	25
Sản lượng cao	4	100	0	0
Kinh nghiệm kinh doanh	4	100	0	0
Sự hỗ trợ của Chính phủ và Hiệp hội Lương thực	3	75	1	25
Thương hiệu ngành lúa gạo	1	25	3	75
Đối thủ cạnh tranh	0	0	4	100
Giá gạo xuất khẩu do người mua chi phối	1	25	3	75
Chất lượng lúa	1	25	3	75

Nguồn: Khảo sát 04 Công ty lương thực, năm 2014

5.3.7 Các thể chế Nhà nước và xã hội hỗ trợ trong chuỗi giá trị gạo

5.3.7.1 Sở Nông nghiệp & Phát triển nông thôn tỉnh An Giang

Trong thời gian qua, Sở NN&PTNT tỉnh An Giang đã xây dựng nhiều mô hình liên kết sản xuất theo chuỗi giá trị lúa gạo nhằm giảm giá thành, tăng lợi nhuận cho hạt gạo. Theo đó, nhà nông đã tham gia những mô hình như Liên kết sản xuất lúa Nhật, sản xuất lúa theo tiêu chuẩn chất lượng Global GAP, cánh đồng lớn... Sở NN&PTNT An Giang đã phối hợp hỗ trợ kỹ thuật sản xuất cho công ty trong việc thử nghiệm giống lúa Nhật, phòng trừ rầy nâu, phổ biến công nghệ giảm thất thoát trong và sau thu hoạch. Sở cũng khuyến khích nông dân trồng các giống lúa chất lượng cao, hạn chế gieo sạ các giống lúa kém chất lượng nhằm đảm bảo tiêu chuẩn xuất khẩu và xây dựng thương hiệu cho gạo tỉnh nhà. Trong những năm qua, Sở NN&PTNT tỉnh An Giang đã tích cực hỗ trợ nông dân để hình thành vùng sản xuất lúa chất lượng cao gắn kết phát triển cánh đồng lớn, có ứng dụng chương trình “1 phải 5 giảm” và các tiến bộ khoa học công nghệ hiệu quả. (Kết quả đạt được là năm 2014 tổng diện tích gieo trồng đạt 5.182,3 ha, trong đó, mô hình Cánh đồng mẫu lớn đạt 4.450,8 ha).

5.3.7.2 Sở Khoa học và Công nghệ An Giang

Liên quan đến ngành lúa gạo, Sở Khoa học và Công nghệ An Giang đã hỗ trợ thực hiện các đề tài như:

- Chọn tạo giống lúa phẩm chất tốt có khả năng chịu ngập, chịu hạn và chống chịu sâu bệnh hại chính cho tỉnh An Giang;
- Xây dựng phát triển mô hình canh tác cây màu thay thế cây lúa Hè Thu kém hiệu quả tại huyện Tri Tôn, An Giang;
- Lai tạo và tuyển chọn giống lúa đặc sản Thơm Bảy Núi, chất lượng cao, chống chịu sâu bệnh tốt thích nghi với vùng Tịnh Biên và Tri Tôn, tỉnh An Giang;
- Phục tráng giống lúa thơm Jasmine 85 Châu Phú;

Đặc biệt, từ năm 2012, Nghị quyết 09 của Tỉnh ủy An Giang về phát triển nông nghiệp công nghệ cao được chính thức triển khai thực hiện. Sở Khoa học và Công nghệ đã xây dựng kế hoạch thực hiện Nghị quyết 09-NQ/TU. Việc phát triển nông nghiệp công nghệ cao chia làm 3 giai đoạn: Từ nay đến năm 2015: Hình thành Trung tâm Công nghệ sinh học tỉnh; hoàn thiện và ban hành quy hoạch tổng thể, quy hoạch chi tiết các vùng và sản phẩm, dịch vụ nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao, các cơ chế chính sách; xây dựng và triển khai các đề án, dự án trọng điểm về phát triển nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao. Trong đó, lúa gạo là một trong những sản phẩm quan trọng được quy hoạch ứng dụng công nghệ cao trong sản xuất. Bên cạnh đó, tỉnh An Giang cũng tăng cường đẩy mạnh hợp tác quốc tế về phát triển nguồn nhân lực công nghệ cao trong nông nghiệp, ưu tiên hợp tác đào tạo sau đại học, đào tạo chuyển giao công nghệ về các kỹ thuật, công nghệ cao, về quản lý sản xuất hiệu quả trong các lĩnh vực có liên quan, phục vụ phát triển nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao của tỉnh, góp phần phát triển ngành lúa gạo ở An Giang.

5.3.7.3 Sở Công Thương An Giang và Trung tâm Xúc tiến Thương mại

Sở Công Thương đã tổ chức đoàn công tác gồm các doanh nghiệp chế biến rau quả; doanh nghiệp chế biến, kinh doanh xuất khẩu gạo, thủy sản làm việc với Tham tán thương mại Việt Nam ở Hoa Kỳ tại thành phố Hồ Chí Minh để trao đổi các giải pháp mở rộng thị trường cho các sản phẩm chủ lực của tỉnh tại Mỹ; Xây dựng kế hoạch tổ chức sơ kết 04 dự án chuỗi liên kết sản xuất và tiêu thụ các mặt hàng nông sản (lúa, cá, rau màu, nếp) góp phần hỗ trợ cho chuỗi giá trị lúa gạo ở An Giang.

Trung tâm Xúc tiến thương mại nông nghiệp thường xuyên tổ chức các buổi hội chợ giới thiệu sản nông nghiệp nhằm phát triển thị trường, thúc đẩy nông nghiệp vượt qua khó khăn, tiếp tục phát triển. Hội chợ là nơi các doanh nghiệp quảng bá thương hiệu, sản phẩm góp phần thúc đẩy phát triển sản xuất kinh doanh, nâng cao uy tín và khả năng cạnh tranh của mình.

5.3.7.4 Liên hiệp Hợp tác xã Nông nghiệp An Giang

Theo báo cáo của Sở NN&PTNT, đến năm 2014, toàn tỉnh An Giang có 85 HTX đang hoạt động với 9.150 xã viên, vốn góp 40,5 tỷ đồng. Số lượng tổ hợp tác là 900 tổ, đã huy động được 27.275 tổ viên tham gia. Các HTX nông nghiệp đóng vai trò quan trọng trong việc tiếp thu, hướng dẫn, chuyển giao tiến bộ khoa học - kỹ thuật vào sản xuất, chuyển đổi cơ cấu cây trồng vật nuôi, tiến hành quy hoạch lại sản xuất, cải tạo đồng ruộng hình thành những vùng tập trung theo hướng sản xuất hàng hóa, nâng cao hiệu quả sản phẩm trên một đơn vị diện tích cho nông dân. Để đảm bảo lợi ích cho người nông dân trồng lúa, Liên minh HTX An Giang khuyến khích nông dân thực hiện sản xuất hợp tác với doanh nghiệp theo mô hình ‘ ‘ Cánh đồng lớn’’ thông qua HTX.

5.3.8 Phân tích hậu cần chuỗi giá trị lúa gạo tỉnh An Giang

Trong khâu sản xuất, để mua vật tư đầu vào cũng như bán sản phẩm đầu ra, nông dân sử dụng nhiều phương tiện khác nhau, các phương tiện này nông dân tự có hoặc thuê ngoài như xe gắn máy, ghe, xuồng. Ngoài ra, xu hướng hiện nay là các đại lý cung cấp vật tư nông nghiệp giao hàng tận nơi cho nông dân. Điều này đã giúp nông hộ tiết kiệm được thời gian và chi phí vận chuyển.

Hiện nay, cùng với việc ứng dụng các tiến bộ kỹ thuật, nông dân tỉnh An Giang đưa cơ giới vào sản xuất lúa từ khâu làm đất đến khâu thu hoạch, sấy, bảo quản và chế biến gạo. Tính đến nay, tỉnh An Giang có khoảng 1.700 máy gặt lúa các loại, trong đó trên 1.300 máy gặt đập liên hợp, đảm bảo diện tích lúa được thu hoạch bằng cơ giới đạt trên 45% diện tích. Riêng khâu làm đất và tưới tiêu đã đạt trên 95%, gieo sạ hàng đạt 48%. Ngoài ra, lò sấy cũng được nông dân trang bị ngày càng nhiều và công suất ngày càng cao. Hiện tại toàn tỉnh có trên 2.420 lò sấy các loại, có khả năng sấy trên 74% sản lượng lúa của cả tỉnh, góp phần rất lớn trong việc tăng chất lượng hạt gạo, đáp ứng được yêu cầu ngày càng cao trên thị trường xuất khẩu³.

³ Thanh Long (2015). Đẩy mạnh cơ giới hóa trong sản xuất nông nghiệp. Công thông tin điện tử Bộ NN&PTNT

Tại An Giang, phần lớn nông dân thuê máy móc trong khâu làm đất và khâu thu hoạch. Chi phí trung bình cho khâu chuẩn bị đất là 1.900.000 đồng/ha. Tuy nhiên, khâu gieo sạ, dặm lúa và chăm sóc thì nông dân tự thực hiện bằng tay, nếu diện tích đất canh tác nhỏ. Công việc này được tính vào chi phí lao động gia đình và chi phí lao động thuê ngoài. Trong khâu phân phối, đối với thương lái, phần lớn thương lái dùng ghe lớn với công suất khác nhau để thu mua lúa của nông dân. Mỗi thương lái có từ 1–2 chiếc ghe với tải trọng trung bình khoảng 55 tấn, mỗi tháng sản lượng lúa trung bình mà các thương lái thu khoảng 200-250 tấn.

Đối với nhà máy xay xát, công việc bóc xếp lúa gạo tại các nhà máy xay xát được làm bằng tay với cựa li gặt và làm bằng máy với khoảng cách xa hơn. Hệ thống băng chuyền giúp vận chuyển lúa từ ghe đến kho dự trữ. Để dự trữ và xay xát lúa gạo, nhà máy xay xát lớn nhất có 3 kho chứa 5.000 tấn lúa, 1 kho thành phẩm 1.500 tấn, công suất lau bóng của máy móc đạt 8-14 tấn/giờ, công suất bóc vỏ lên đến 10 tấn/giờ. Nhà máy xay xát sử dụng xe tải hoặc ghe lớn để vận chuyển lúa bán cho thị trường nội địa.

Các công ty lương thực có cả nhà máy xay xát và chế biến gạo với dây chuyền sản xuất gạo đạt công suất 6 tấn/giờ (25.000 tấn/năm) cùng với các máy móc, trang thiết bị khác như máy tách màu, máy lau bóng, máy tách đá,... Lò sấy lúa tiên tiến đảm bảo chất lượng lúa sau khi sấy với công suất 20 tấn/giờ. Ngoài ra, công ty lương thực còn có hệ thống kho chứa an toàn, có thể dự trữ khoảng 10.000 tấn gạo và nguyên liệu, hệ thống kho lạnh lưu trữ gạo lúc nguyên liệu để giữ chất lượng trong thời gian dự trữ lâu dài với sức chứa 20.000 tấn và hệ thống kho thành phẩm với sức chứa 500 tấn.

Đại lý gạo có kho dự trữ nhỏ, chỉ chứa khoảng vài tấn. Công việc bóc xếp họ thường tự làm bằng tay không sử dụng máy móc. Khi bán lẻ gạo cho người tiêu dùng, phương tiện vận chuyển chủ yếu là xe gắn máy. Nếu khách hàng ở xa, mua gạo với khối lượng lớn, lúc này đại lý sử dụng xe tải để giao hàng.

5.4 PHÂN TÍCH QUAN HỆ LIÊN KẾT TRONG CHUỖI GIÁ TRỊ SẢN PHẨM GẠO TỈNH AN GIANG

5.4.1 Môi liên kết của nông hộ trồng lúa

5.4.1.1 Liên kết ngang giữa nông hộ với nông hộ

Liên kết trong sản xuất: Trong thực tế, phần lớn nông hộ chỉ hỗ trợ nhau thông tin trong quá trình sản xuất. Họ có thể trao đổi với nhau về kỹ thuật sản xuất, tình hình dịch bệnh, cách chữa bệnh, giá bán lúa... dựa trên mối quan hệ

thân quen, hàng xóm với nhau. Mọi liên kết mang tính chính thống vẫn chưa được hình thành giữa nông hộ này với nông hộ kia. Vì thế, nhiều chuyên gia cho rằng điểm yếu nhất của nông dân chính là sự thiếu liên kết, bởi họ đã quen với việc sản xuất riêng lẻ, tự do. Trình độ sản xuất không cao, sản xuất theo hình thức cá thể là những nguyên nhân làm cho nông hộ chưa đạt hiệu quả tối ưu trong thời gian qua. Ngoài ra, trồng lúa cũng như các ngành sản xuất nông nghiệp khác bị thụ thuộc rất nhiều vào điều kiện tự nhiên như mưa bão, lũ lụt. Sự thiếu liên kết này càng làm cho nông hộ gặp khó khăn nhiều hơn, tổn thất nhiều hơn khi thiên tai xảy ra. Các hộ nghèo để tiết kiệm chi phí, họ có thể liên kết bằng hình thức vận công nhau ở một vài công đoạn trong quá trình trồng lúa. Đối với những nông hộ trồng lúa theo mô hình liên kết thì sự liên kết mang tính ràng buộc pháp lý chỉ xuất hiện giữa nông hộ với doanh nghiệp thông qua hợp đồng. Sự liên kết giữa nông hộ - nông hộ sản xuất theo mô hình này vẫn mang tính lỏng lẻo. Dù An Giang là địa phương có nhiều HTX và tổ hợp tác được nông hộ tham gia nhiều, sự hợp tác trong sản xuất vẫn chưa nhiều, còn mang tính hình thức.

Liên kết trong tiêu thụ: Các nông hộ nghèo do sản lượng và chất lượng hạt lúa không cao so với các nông hộ khác nên họ thường liên kết nhau khi tiêu thụ sản phẩm. Sự liên kết này giúp họ nâng vị thế đàm phán với thương lái về mặt giá cả, do sản lượng bán tăng lên. Tuy nhiên, liên kết cũng chỉ thông qua mối quan hệ bà con, hàng xóm với nhau. Đối với các nông hộ có diện tích canh tác lớn, sản lượng cao, họ chủ động và thực hiện riêng lẻ trong quá trình giao dịch mua bán với thương lái. Sự liên kết trong tiêu thụ chỉ dừng lại mức độ trao đổi thông tin về giá cả và tình hình thu mua lúa trên thị trường mà họ biết.

5.4.1.2 Liên kết dọc giữa nông hộ với các tác nhân trong chuỗi

Liên kết giữa nông hộ với tác nhân cung cấp đầu vào: Các nông hộ tham gia liên kết được doanh nghiệp hỗ trợ cung cấp các yếu tố đầu vào với lãi suất 0%. Các nông hộ không tham gia liên kết, dù là nông hộ nghèo hay nông hộ không nghèo đều được quyền chủ động và lựa chọn nơi cung cấp đầu vào cho quá trình sản xuất của mình. Mọi quan hệ quen biết, giá cả, hình thức thanh toán là những yếu tố quan trọng để nông hộ quyết định giao dịch với đại lý cung cấp đầu vào này hay đại lý khác. Thông thường, nông hộ có xu hướng chọn với các đại lý đã từng mua bán với mình tại địa phương.

Liên kết giữa nông hộ với thương lái: Mặc dù nông hộ thích mua bán với các thương lái đã từng giao dịch với mình, mối quan hệ này vẫn mang tính lỏng lẻo. Giá cả là yếu tố quan trọng nhất để nông hộ quyết định bán lúa cho

thương lái này hay thương lái kia. Đến thời điểm thu hoạch, “cò” lúa- đại diện thương lái- sẽ đàm phán với nông hộ về giá cả, thời điểm thu mua lúa. Tuy nhiên, có những lúc hoạt động mua bán này không diễn ra như cam kết lúc đầu, nhất là khi giá lúa trên thị trường sụt giảm mạnh. Việc “bẻ kèo” xảy ra, và thường do bên thương lái thực hiện, do không có hợp đồng chính thống giữa hai bên.

Liên kết giữa nông hộ với nhà máy xay xát: Để bán lúa cho nhà máy xay xát, nông hộ phải vận chuyển lúa đến tận nơi. Điều này làm cho chi phí của nông hộ tăng lên. Do đó, chỉ có một tỷ lệ rất nhỏ nông hộ mang lúa bán trực tiếp cho nhà máy xay xát. Mỗi liên kết giữa nông hộ và nhà máy xay xát rất lỏng lẻo.

Liên kết giữa nông hộ với công ty lương thực: Những công ty lương thực thực hiện mô hình liên kết sản xuất với nông dân thì có mối liên kết chặt chẽ và mang tính pháp lý với nông hộ, do hai bên ký kết hợp đồng với nhau. Tuy nhiên, sự liên kết này có thể thay đổi bởi nông hộ có thể ký hợp đồng liên kết theo từng mùa vụ, và doanh nghiệp có thể thay đổi vùng nguyên liệu khác nhau. Đối với những nông hộ không tham gia mô hình liên kết sản xuất với doanh nghiệp thì không có mối liên kết nào với công ty lương thực, bởi họ không bán sản phẩm cho tác nhân này. Các nông hộ nghèo do không đáp ứng được các tiêu chí để tham gia sản xuất liên kết với doanh nghiệp nên không tồn tại mối liên kết giữa nông hộ nghèo với doanh nghiệp tại An Giang.

Liên kết giữa nông hộ với đại lý gạo: Sản phẩm đầu ra của nông hộ là lúa, trong khi sản phẩm đầu vào của đại lý là gạo. Vì thế, không tồn tại hoạt động giao dịch mua bán giữa nông hộ và đại lý gạo, hay nói cách khác là không có mối liên kết giữa người trồng lúa và đại lý gạo.

5.4.2 Liên kết giữa các tác nhân thương mại

5.4.2.1 Liên kết ngang giữa các tác nhân

Các tác nhân trong chuỗi giá trị sản phẩm lúa gạo tỉnh An Giang, từ thương lái, nhà máy xay xát đến các công ty lương thực, đại lý gạo đều không tồn tại mối quan hệ liên kết chính thống với nhau. Nếu có sự hỗ trợ thông tin cho nhau thì chủ yếu do mối quan hệ quen biết. Các tác nhân này đều cho biết do có sự cạnh tranh trong lĩnh vực hoạt động khá gay gắt nên họ không liên kết để đảm bảo hoạt động kinh doanh của mình được hiệu quả.

5.4.2.2 Liên kết dọc giữa các tác nhân

Liên kết giữa thương lái với nhà máy xay xát: Giữa thương lái và nhà máy xay xát có mối liên hệ lâu dài, thân thiết với nhau. Một thương lái có thể thực hiện hoạt động mua bán lúa gắn bó với một nhà máy xay xát trong khoảng thời gian từ vài năm đến vài chục năm. Nhà máy xay xát không chỉ là thị trường tiêu thụ lúa, đồng thời là nguồn cung cấp thông tin về chủng loại, chất lượng, số lượng, giá cả cho thương lái theo từng thời điểm. Tuy nhiên, mối liên kết này dù lâu dài, vẫn không mang tính chính thống, bởi giữa nhà máy xay xát và thương lái không ký kết hợp đồng. Ngoài ra, tùy theo đặc điểm của vùng sản xuất lúa và giá cả, thương lái có thể mua bán lúa với nhiều nhà máy xay xát khác nhau.

Liên kết giữa thương lái với công ty lương thực: Thông thường, mỗi công ty lương thực có mối liên kết chặt chẽ với khoảng 20% thương lái trong tổng số các thương lái từng thực hiện giao dịch kinh doanh. Các thương lái có mối quan hệ lâu dài, thân thiết này giúp công ty lương thực thu mua lúa đáp ứng đúng yêu cầu về chủng loại, chất lượng và số lượng như đối tác đã ký kết hợp đồng của công ty lương thực yêu cầu. Các thương lái này được công ty lương thực tạm ứng một khoản tiền để họ thuận tiện trong việc đặt cọc với nông hộ trước khi thu mua lúa. Ngoài ra, nhóm thương lái này được công ty lương thực ưu đãi hơn so với các thương lái không có mối liên kết về việc cung cấp thông tin giá cả thị trường, giá bán lúa, thời gian thanh toán. Bên cạnh nhóm thương lái liên kết, các thương lái còn lại đều có thể linh hoạt và thay đổi công ty lương thực khi bán sản phẩm (lúa hay gạo xô) của mình. Đối với nhóm thương lái này, sự liên kết với công ty lương thực chỉ ở mức độ trung bình thông qua việc lưu giữ số điện thoại, hỏi thông tin về thị trường lúa gạo.

Liên kết giữa thương lái với đại lý gạo: Khi thương lái nhận được yêu cầu từ những đại lý quen biết (cùng địa phương hay bà con, người quen), họ thu mua lúa, nhờ nhà máy gia công xay xát và lau bóng để cung cấp cho tác nhân này. Tuy nhiên, sự liên kết khá lỏng lẻo, vì mọi hoạt động mua bán được diễn ra dưới hình thức ‘mua đứt, bán đoạn’.

Liên kết giữa nhà máy xay xát với công ty lương thực: Những nhà máy xay xát hoạt động kinh doanh lâu năm, có uy tín có thể là nhà máy ‘vệ tinh’ của một công ty lương thực. Vào những thời điểm thực hiện đơn hàng xuất khẩu, công ty lương thực thu mua lúa hay gạo xô từ các nhà máy xay xát này để về lau bóng nhằm tiết kiệm thời gian và chi phí. Và cũng có những lúc, công ty lương thực đặt hàng gạo thành phẩm trực tiếp với nhà máy xay xát để

đảm bảo tiến độ xuất khẩu. Sự liên kết giữa nhà máy xay xát vệ tinh và công ty lương thực mang tính chặt chẽ, lâu dài với nhau, vì nhà máy xay xát vừa có thị trường tiêu thụ sản phẩm, đồng thời công ty lương thực đảm bảo được đơn hàng đã ký kết về chủng loại, chất lượng, giá cả. Tuy nhiên, từ sau Nghị định 109/2010/NĐ-CP về kinh doanh xuất khẩu gạo, để tiếp tục hoạt động, các công ty lương thực đều xây dựng riêng cho mình ít nhất một kho chuyên dùng và một nhà máy có chức năng xay xát, lau bóng theo quy định chung của Bộ NN&PTNT. Vì thế, sự liên kết giữa nhà máy xay xát và công ty lương thực có sự thay đổi. Với kết quả khảo sát, thương lái là nguồn cung cấp đầu vào quan trọng cho công ty lương thực (sau nhóm nông hộ không nghèo), thay vai trò cho nhà máy xay xát như thời gian trước.

Liên kết giữa nhà máy xay xát với đại lý gạo: Đại lý gạo là thị trường tiêu thụ gạo chủ lực ở nội địa của nhà máy xay xát. Chính vì thế, có sự liên kết chặt chẽ, lâu dài giữa nhà máy xay xát và đại lý gạo. Tuy nhiên, mỗi liên kết này được xây dựng dựa trên uy tín và sự tin tưởng lẫn nhau, bởi không tồn tại hợp đồng giữa bên mua và bên bán. Thông thường, lần đầu tiên giao dịch, nhà máy xay xát sẽ cung cấp tín dụng (gói đầu) cho đại lý. Những lần mua bán sau, đại lý thanh toán tiền mặt ngay cho nhà máy xay xát. Trung bình 10 ngày, nhà máy xay xát giao gạo theo yêu cầu của đại lý về chủng loại, chất lượng, số lượng. Nhà máy xay xát vận chuyển gạo đến tận nơi cho đại lý.

Liên kết giữa công ty lương thực với khách hàng nước ngoài: Phần lớn các công ty lương thực khi xuất khẩu gạo là thực hiện các hợp đồng xuất khẩu gạo tập trung nên mỗi liên kết giữa công ty lương thực với khách hàng nước ngoài không được chặt chẽ. Ngoài ra, việc tìm đối tác riêng cho công ty là điều rất khó khăn. Khi phỏng vấn, đại diện một số công ty lương thực cho biết mỗi năm chỉ có thể tìm được từ 1-2 đối tác nước ngoài mới. Đây là khó khăn lớn nhất của công ty lương thực, vì thị trường tiêu thụ đang bị mất và thu hẹp bởi các đối thủ cạnh tranh quốc tế khác như Thái Lan, Ấn Độ, Myanmar, Campuchia. Và khi công ty lương thực bị thu hẹp thị trường xuất khẩu gạo đã ảnh hưởng rất lớn đến toàn bộ tác nhân tham gia chuỗi, trong đó, người bị ảnh hưởng nhiều nhất là nông dân trồng lúa.

5.5 GIÁ TRỊ GIA TĂNG VÀ PHÂN PHỐI GIÁ TRỊ GIA TĂNG CỦA CÁC TÁC NHÂN THAM GIA CHUỖI

5.5.1 Giá trị gia tăng và giá trị gia tăng thuần trong chuỗi giá trị gạo tại tỉnh An Giang

Giá trị gia tăng và giá trị gia tăng thuần được phân tích để xác định giá trị gia tăng mà mỗi tác nhân tạo ra cho chuỗi và giá trị gia tăng thuần mà mỗi tác nhân nhận được khi tham gia vào chuỗi. Chuỗi giá trị gạo tỉnh An Giang có nhiều kênh thị trường. Nông hộ nghèo và nông hộ không nghèo có giá trị gia tăng và giá trị gia tăng thuần khác nhau ở mỗi chuỗi giá trị gạo mà họ tham gia.

5.5.1.1 Nông hộ nghèo

Nông hộ nghèo tham gia 6 kênh thị trường của chuỗi giá trị gạo tỉnh An Giang, trong đó có 4 kênh nội địa và 2 kênh xuất khẩu. Kênh 3 và kênh 6 là những kênh đầy đủ của chuỗi giá trị gạo, vì có sự tham gia của tất cả tác nhân. Kênh 3 và kênh 5 là những kênh thị trường chính vì khối lượng lớn gạo được vận chuyển qua kênh này. Kênh 1 là kênh có giá trị gia tăng thuần toàn chuỗi cao nhất trong tổng các kênh thị trường. Giá trị gia tăng và giá trị gia tăng thuần của nông hộ nghèo cũng như các tác nhân tham gia chuỗi gạo được thể hiện ở Bảng 5.47.

Bảng 5. 47: Giá trị gia tăng và giá trị gia tăng thuần của các tác nhân trong chuỗi giá trị gạo với sự tham gia của nông hộ nghèo

Đơn vị tính: đồng/kg

Khoản mục	Nông dân	Thương lái	NMXX	CTLT	Đại lý	Tổng
<u>KÊNH NỘI ĐỊA</u>						
<i>Kênh 1: Nông dân nghèo => Thương lái => Đại lý => NTD nội địa</i>						
GB	7.019	8.232			10.417	
CPTG	2.827	7.019			8.232	
GTGT	4.192	1.213			2.185	7.590
CPTT	2.843	935			270	
GTGTT	1.349	278			1.915	3.542
% GTGT	55,2	16,0			28,8	100,0
% GTGTT	38,1	7,8			54,1	100,0
<i>Kênh 2: Nông dân nghèo => Thương lái => NMXX => Đại lý => NTD nội địa</i>						
GB	7.019	8.159	8.927		10.417	
CPTG	2.827	7.019	8.159		8.927	
GTGT	4.192	1.140	769		1.490	7.591
CPTT	2.843	935	560		270	
GTGTT	1.349	205	209		1.220	2.982
% GTGT	55,2	15,0	10,1		19,7	100,0
% GTGTT	45,3	6,8	7,0		40,9	100,0
<i>Kênh 3: Nông dân nghèo => Thương lái => NMXX => CTLT => Đại lý => NTD nội địa</i>						
GB	7.019	8.159	8.790	9.901	10.417	
CPTG	2.827	7.019	8.159	*8.306	9.901	
GTGT	4.192	1.140	632	1.595	516	8.075
CPTT	2.843	935	560	1.480	270	
GTGTT	1.349	205	72	115	246	1.986
% GTGT	51,9	14,1	7,8	19,8	6,4	100,0
% GTGTT	67,9	10,3	3,6	5,8	12,4	100,0
<i>Kênh 4: Nông dân nghèo => Thương lái => CTLT => Đại lý => NTD nội địa</i>						
GB	7.019	8.306		9.901	10.417	
CPTG	2.827	7.019		8.306	9.901	
GTGT	4.192	1.287		1.595	516	7.590
CPTT	2.843	935		1.480	270	
GTGTT	1.349	352		115	246	2.062
% GTGT	55,2	17,0		21,0	6,8	100,0
% GTGTT	65,4	17,1		5,6	11,9	100,0
<u>KÊNH XUẤT KHẨU</u>						
<i>Kênh 5: Nông dân nghèo => Thương lái => CTLT => Xuất khẩu</i>						
GB	7.019	8.306		11.580		
CPTG	2.827	7.019		8.306		
GTGT	4.192	1.287		3.274		8.753
CPTT	2.843	935		3.210		
GTGTT	1.349	352		64		1.765
% GTGT	47,9	14,7		37,4		100,0
% GTGTT	76,5	19,9		3,6		100,0

Kênh 6: Nông dân nghèo => Thương lái => NMXX => CTLT => Xuất khẩu

GB	7.019	8.159	8.790	11.580	
CPTG	2.827	7.019	8.159	*8.306	
GTGT	4.192	1.140	631	3.274	9.237
CPTT	2.843	935	560	3.210	
GTGTT	1.349	205	71	64	1.689
% GTGT	45,4	12,3	6,8	35,5	100,0
% GTGTT	79,9	12,1	4,2	3,8	100,0

Nguồn: Khảo sát 70 nông hộ nghèo trồng lúa tại An Giang, năm 2014

Ghi chú: GTGT=GB-CPTG; GTGTT=GTGT-CPTT; *chi phí đầu vào của CTLT là giá bán ra của thương lái vì thương lái cung cấp 98,5% tổng sản lượng

Nông hộ nghèo: Do nông hộ nghèo chỉ bán lúa cho một đối tượng duy nhất là thương lái nên nông hộ nghèo có giá bán, GTGT và GTGTT không thay đổi về số tuyệt đối ở tất cả kênh thị trường. Ở kênh 6, nhóm nông hộ này đạt 79,9% GTGTT của toàn chuỗi, cao nhất trong 6 kênh thị trường và cao nhất so với các tác nhân khác. Trong khi đó, ở kênh 1, nông hộ nghèo chỉ đạt 38,1% GTGTT của kênh.

Thương lái: Tác nhân này tham gia tất cả kênh thị trường của chuỗi sản phẩm gạo. Thương lái bán sản phẩm cho 3 đối tượng khách hàng là nhà máy xay xát, công ty lương thực và đại lý với các mức giá khác nhau nên GTGT và GTGTT nhận được cũng khác nhau giữa các kênh. Khi bán lúa cho nhà máy xay xát với giá 8.159 đồng/kg, thương lái có GTGT là 1.140 đồng/kg và GTGTT là 205 đồng/kg. Đây là GTGTT thấp nhất của thương lái (kênh 3 và kênh 4). Trong khi đó, bán lúa cho công ty lương thực, thương lái có GTGT là 1.287 đồng/kg và đạt GTGTT cao nhất là 352 đồng/kg. Ở kênh 5, thương lái đạt 19,9% GTGTT của toàn chuỗi và đây là tỷ lệ cao nhất mà thương lái đạt được trong 6 kênh thị trường.

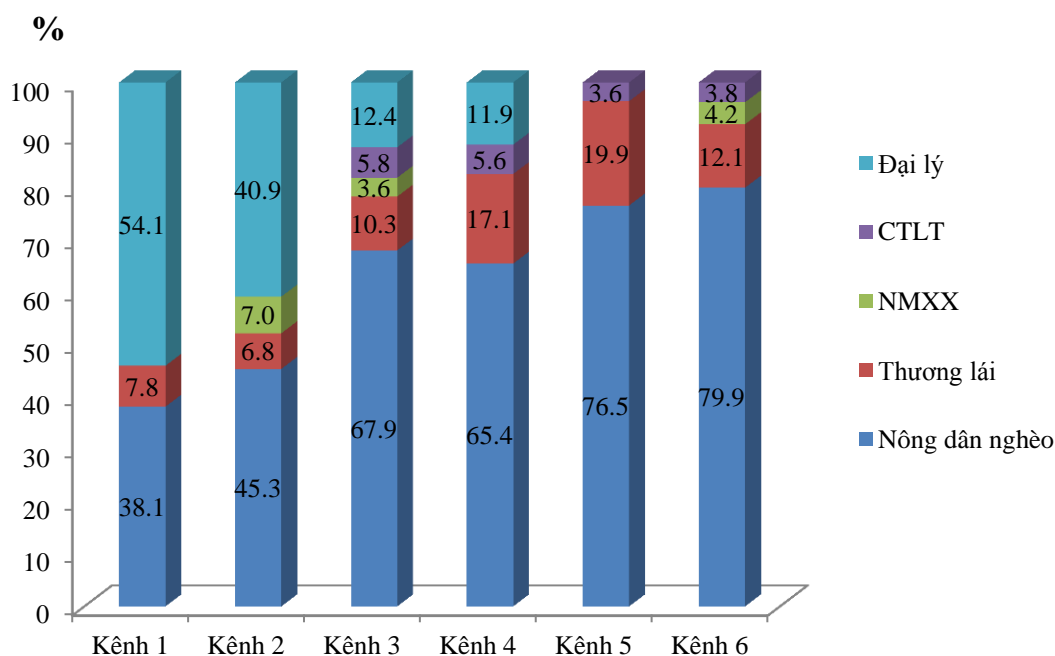
Nhà máy xay xát: tham gia 2 kênh nội địa và 1 kênh xuất khẩu. Tại kênh 2 và kênh 3, nhà máy xay xát có chi phí trung gian và chi phí tăng thêm ở cả 2 kênh lần lượt là 8.159 đồng/kg và 560 đồng/kg. Khi bán gạo cho đại lý (ở kênh 2) với mức giá 8.927 đồng/kg, nhà máy xay xát có GTGT là 769 đồng/kg và GTGTT là 209 đồng/kg (chiếm 7,0% GTGTT toàn chuỗi). Trong khi đó, tại kênh 3, nhà máy xay xát có giá bán, GTGT và GTGTT thấp hơn so với các chỉ tiêu này ở kênh 2 khi bán sản phẩm cho công ty lương thực. Bên cạnh đó, nhà máy xay xát tham gia vào kênh 6 là kênh thị trường gạo xuất khẩu. Tại kênh 6, nhà máy xay xát có GTGTT chỉ chiếm 4,2% GTGTT toàn chuỗi.

Công ty lương thực: Trong 6 kênh thị trường, công ty lương thực tham gia 2 kênh nội địa (kênh 3, kênh 4) và 2 kênh xuất khẩu (kênh 5, kênh 6). Do công ty lương thực mua 81% sản lượng toàn chuỗi từ thương lái nên chi phí

trung gian của công ty lương thực là giá bán của thương lái (8.306 đồng/kg). Ở kênh 3 và kênh 4, công ty lương thực đều có GTGTT là 115 đồng/kg. Trong khi đó, xuất khẩu gạo với mức giá khá cao (11.580 đồng/kg), do chi phí tăng thêm khá lớn (3.210 đồng/kg) nên GTGTT mà công ty lương thực có được ở kênh 5 và kênh 6 chỉ là 64 đồng/kg.

Đại lý: chỉ tham gia 4 kênh thị trường nội địa. Khi tham gia vào kênh 1, đại lý có GTGTT cao nhất về số tuyệt đối (1.915 đồng/kg) và số tương đối (54,1%) so với 3 kênh còn lại. Kênh 3 và kênh 4 là những kênh mà đại lý có GTGTT thấp nhất là 246 đồng/kg khi mua gạo từ công ty lương thực. Ở kênh 1, đại lý có tỷ trọng GTGTT cao nhất so với nông hộ nghèo và thương lái.

Tóm lại, chuỗi giá trị gạo có sự tham gia của nhóm nông hộ nghèo có 6 kênh thị trường. Sự phân phối GTGT và GTGTT có sự chênh lệch lớn giữa các tác nhân trong từng kênh. Nông hộ nghèo là tác nhân nhận được phân phối GTGTT cao nhất trong chuỗi. Kênh 1 và kênh 5 là những kênh có GTGTT cao hơn các kênh thị trường khác (Kênh 1 tại thị trường nội địa và kênh 5 đối với thị trường xuất khẩu với số liệu tương ứng là 3.542 đồng/kg và 1.765 đồng/kg). Do đó, để cải thiện thu nhập cho nhóm nông hộ nghèo trồng lúa tại tỉnh An Giang cần củng cố và phát triển kênh thị trường 1 và kênh thị trường 5.



Hình 5. 13: Phân phối giá trị gia tăng thuần giữa các tác nhân theo kênh thị trường với sự tham gia của nông hộ nghèo

5.5.1.2 Nông hộ không nghèo

Nếu như kênh 1, kênh 3, kênh 5 và kênh 6 là những kênh có GTGTT cao nhất trong các kênh thị trường gạo nội địa, thì kênh 8 và kênh 9 là những kênh có GTGTT cao nhất trong các kênh thị trường gạo xuất khẩu. Ở mỗi kênh, số lượng tác nhân tham gia kênh khác nhau nên sự phân phối GTGTT cũng khác nhau cho mỗi tác nhân. Bảng 5.48 trình bày GTGT và GTGTT của mỗi tác nhân theo từng kênh thị trường

Bảng 5. 48: Giá trị gia tăng và giá trị gia tăng thuần của các tác nhân trong chuỗi giá trị gạo với sự tham gia của nông hộ không nghèo

Đơn vị tính : đồng/kg

Khoản mục	Nông dân	Thương lái	NMXX	CTLT	Đại lý	Tổng
<u>KÊNH NỘI ĐỊA</u>						
<i>Kênh 1: Nông dân => Thương lái => Đại lý => NTD nội địa</i>						
GB	7.019	8.232			10.417	
CPTG	2.506	7.019			8.232	
GTGT	4.513	1.213			2.185	7.911
CPTT	2.689	935			270	
GTGTT	1.824	278			1.915	4.017
% GTGT	57,0	15,3			27,7	100,0
% GTGTT	45,4	6,9			47,7	100,0
<i>Kênh 2: Nông dân => Thương lái => NMXX => Đại lý => NTD nội địa</i>						
GB	7.019	8.159	8.927		10.417	
CPTG	2.506	7.019	8.159		8.927	
GTGT	4.513	1.140	768		1.490	7.911
CPTT	2.689	935	560		270	
GTGTT	1.824	205	208		1.220	3.457
% GTGT	57,0	14,4	9,7		18,9	100,0
% GTGTT	52,8	5,9	6,0		35,3	100,0
<i>Kênh 3: Nông dân => Thương lái => NMXX => CTLT => Đại lý => NTD nội địa</i>						
GB	7.019	8.159	8.790	9.901	10.417	
CPTG	2.506	7.019	8.159	*7.921	9.901	
GTGT	4.513	1.140	631	1.980	516	8.780
CPTT	2.689	935	560	1.480	270	
GTGTT	1.824	205	71	500	246	2.846
% GTGT	51,4	13,0	7,2	22,5	5,9	100,0
% GTGTT	64,1	7,2	2,5	17,6	8,6	100,0
<i>Kênh 4: Nông dân => Thương lái => CTLT => Đại lý => NTD nội địa</i>						
GB	7.019	8.306		9.901	10.417	
CPTG	2.506	7.019		*7.921	9.901	
GTGT	4.513	1.287		1.980	516	8.296
CPTT	2.689	935		1.480	270	
GTGTT	1.824	352		500	246	2.922
% GTGT	54,4	15,5		23,9	6,2	100,0
% GTGTT	62,4	12,1		17,1	8,4	100,0

Kênh 5: Nông dân => NMXX => Đại lý => NTD nội địa					
GB	7.753		8.927	10.417	
CPTG	2.506		7.753	8.927	
GTGT	5.247		1.174	1.490	7.911
CPTT	2.689		560	270	
GTGTT	2.558		614	1.220	4.392
% GTGT	66,3		14,8	18,9	100,0
% GTGTT	58,2		14,0	27,8	100,0
Kênh 6: Nông dân => NMXX => CTLT => Đại lý => NTD nội địa					
GB	7.753		8.790	9.901	10.417
CPTG	2.506		7.753	*7.921	9.901
GTGT	5.247		1.037	1.980	516
CPTT	2.689		560	1.480	270
GTGTT	2.558		477	500	246
% GTGT	59,8		11,8	22,6	5,8
% GTGTT	67,7		12,6	13,2	6,5
Kênh 7: Nông dân => CTLT => Đại lý => NTD nội địa					
GB	7.760			9.901	10.417
CPTG	2.506			7.760	9.901
GTGT	5.254			2.141	516
CPTT	2.689			1.480	270
GTGTT	2.565			661	246
% GTGT	66,4			27,1	6,5
% GTGTT	73,9			19,0	7,1
KÊNH XUẤT KHẨU					
Kênh 8: Nông dân => Thương Lái => NMXX=> CTLT => Xuất khẩu					
GB	7.019	8.159	8.790	11.580	
CPTG	2.506	7.056	8.159	*7.921	
GTGT	4.513	1.103	631	3.659	9.906
CPTT	2.689	935	560	3.210	
GTGTT	1.824	168	71	449	2.512
% GTGT	45,6	11,1	6,4	36,9	100,0
% GTGTT	72,6	6,7	2,8	17,9	100,0
Kênh 9: Nông dân => Thương lái => CTLT=> Xuất khẩu					
GB	7.019	8.306		11.580	
CPTG	2.506	7.019		*7.921	
GTGT	4.513	1.287		3.659	9.459
CPTT	2.689	935		3.210	
GTGTT	1.824	352		449	2.625
% GTGT	47,7	13,6		38,7	100,0
% GTGTT	69,5	13,4		17,1	100,0
Kênh 10: Nông dân => NMXX => CTLT => Xuất khẩu					
GB	7.753		8.790	11.580	
CPTG	2.506		7.753	*7.921	
GTGT	5.247		1.037	3.659	9.943
CPTT	2.689		560	3.210	
GTGTT	2.558		477	449	3.484
% GTGT	52,8		10,4	36,8	100,0
% GTGTT	73,4		13,7	12,9	100,0

Kênh 11: Nông dân => CTLT => Xuất khẩu			
GB	7.760	11.580	
CPTG	2.506	7.760	
GTGT	5.254	3.820	9.074
CPTT	2.689	3.210	
GTGTT	2.565	610	3.175
% GTGT	57,9	42,1	100,0
% GTGTT	80,8	19,2	100,0

Nguồn: Khảo sát 180 nông hộ nghèo trồng lúa tại An Giang, năm 2014

*Ghi chú: GTGT=GB-CPTG; GTGTT=GTGT-CPTT; *chi phí đầu vào của CTLT là số trung bình gia quyền về giá bán và lượng bán ra của nông hộ không nghèo, thương lái và NMXX.*

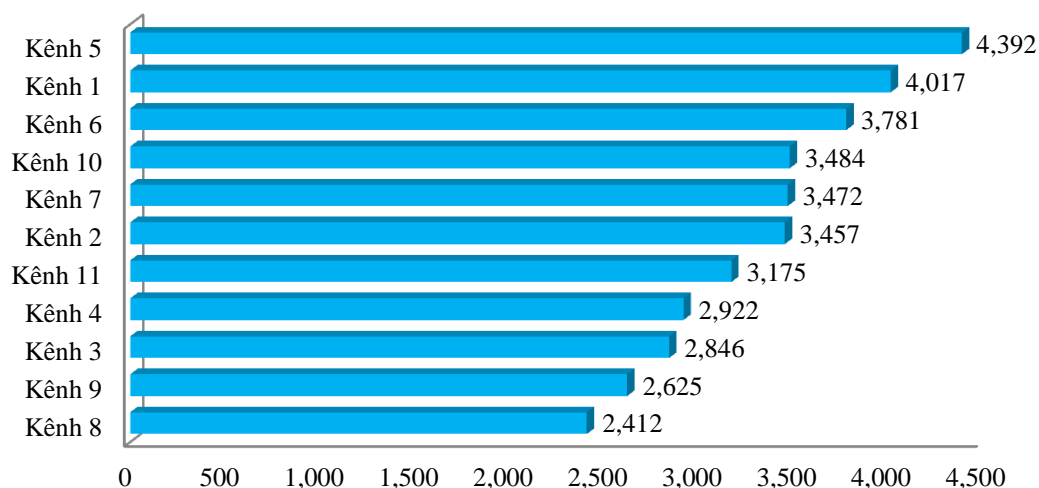
Nông hộ không nghèo: Khi bán lúa cho công ty lương thực, nông hộ không nghèo có GTGTT cao nhất (2.565 đồng/kg) so với bán lúa cho thương lái (1.824 đồng/kg) và nhà máy xay xát (2.558 đồng/kg). Tại kênh 7 (kênh tiêu dùng nội địa) và kênh 11 (kênh xuất khẩu), nhóm nông hộ này có lợi nhuận/kg cao nhất với số liệu tương ứng là 73,9% và 80,8%.

Thương lái: Kết quả tính toán ở Bảng 5.48 cho thấy tương tự nhóm nông hộ không nghèo, thương lái khi bán sản phẩm cho công ty lương thực ở cả hai kênh nội địa và xuất khẩu có được GTGTT là 352 đồng/kg. Đây là GTGTT cao nhất mà thương lái nhận được so với bán lúa cho nhà máy xay xát và đại lý. Tại kênh 4 (kênh nội địa) và kênh 9 (kênh xuất khẩu), thương lái chiếm 12,1% và 13,4% GTGTT của toàn chuỗi.

Nhà máy xay xát: Tác nhân này tham gia cả 2 kênh thị trường gạo nội địa và gạo xuất khẩu. Tại kênh 6 và kênh 10, khi nhà máy xay xát mua lúa trực tiếp từ nông hộ không nghèo với giá 7.753 đồng/kg và bán gạo cho công ty lương thực với giá 8.790 đồng/kg, cùng với chi phí tăng thêm là 560 đồng/kg không thay đổi, nhà máy xay xát có GTGTT là 477 đồng/kg. Bên cạnh đó, khi nhà máy xay xát mua lúa từ nông dân nhưng bán gạo cho đại lý để tiêu thụ nội địa (kênh 5) thì nhà máy xay xát nhận được lợi nhuận/kg cao nhất là 614 đồng cao hơn lợi nhuận/kg có được khi bán gạo cho công ty lương thực. Trong trường hợp nhà máy xay xát mua lúa từ thương lái và bán gạo cho công ty lương thực để tiêu thụ nội địa (kênh 3) và xuất khẩu (kênh 8), nhà máy xay xát có lợi nhuận/kg thấp nhất là 71 đồng.

Công ty lương thực: Vì nguyên liệu đầu vào của công ty lương thực được mua từ nhiều nguồn khác nhau (nông hộ, thương lái, nhà máy xay xát) nên chi phí trung gian trung bình của công ty lương thực là 7.921 đồng/kg. Trong khi đó, khi mua trực tiếp từ nông hộ không nghèo thì khoản chi phí này của công ty lương thực là 7.760 đồng/kg. Vì thế, tại kênh 7 (kênh nội địa) và kênh 11 (kênh xuất khẩu), công ty lương thực đạt lợi nhuận/kg cao nhất với số

liệu lần lượt là 661 đồng và 610 đồng. Nhìn chung, khi tham gia vào kênh nội địa, công ty lương thực có lợi nhuận/kg cao hơn so với kênh xuất khẩu, dù kênh nội địa chỉ chiếm 16,7% tổng sản lượng gạo của công ty.



Hình 5. 14: Giá trị gia tăng thuần theo kênh thị trường với sự tham gia của nông hộ không nghèo

Đại lý: chỉ tham gia vào kênh thị trường gạo nội địa. Khi mua sản phẩm trực tiếp từ thương lái (kênh 1), đại lý có GTGTT cao nhất là 1.915 đồng/kg, chiếm 47,7% GTGTT toàn chuỗi. Đối với các kênh mà đại lý mua gạo trực tiếp từ công ty lương thực để tiêu thụ nội địa, đại lý có lợi nhuận/kg thấp nhất là 246 đồng, với giá bán trung bình là 10.417 đồng/kg.

Như vậy, trong tổng các kênh thị trường, 4 kênh (kênh 5, kênh 1, kênh 6 và kênh 10) là những kênh có GTGTT cao nhất. Đặc điểm chung của các kênh này là nông hộ bán sản phẩm cho nhà máy xay xát (thực hiện chức năng chế biến), giảm bớt tác nhân thương lái (thực hiện hoạt động thu gom). Do đó, trong thời gian sắp tới, nông hộ cần chú ý đến việc xây dựng mối liên kết với các tác nhân giữa vai trò chế biến (nhà máy xay xát, công ty lương thực).

5.5.1.3 Nông hộ chung

Chuỗi giá trị gạo với sự tham gia sản xuất lúa của các nhóm nông hộ có 11 kênh thị trường. Tuy nhiên, nông hộ nghèo chỉ thật sự tham gia vào những kênh có thương lái là đối tác thu mua lúa.

Bảng 5. 49: Giá trị gia tăng và giá trị gia tăng thuần của các tác nhân trong chuỗi giá trị gạo với sự tham gia của các nhóm nông hộ

Đơn vị tính: đồng/kg

Khoản mục	Nông dân	Thương lái	NMXX	CTLT	Đại lý	Tổng
KÊNH NỘI ĐỊA						
Kênh 1: Nông dân - Thương lái – Đại lý - NTD nội địa						
GB	7.019	8.232			10.417	
CPTG	2.526	7.019			8.232	
GTGT	4.493	1.213			2.185	7.891
CPTT	2.698	935			270	
GTGTT	1.795	278			1.915	3.988
% GTGT	56,9	15,4			27,7	100,0
% GTGTT	45,0	7,0			48,0	100,0
Kênh 2: Nông dân - Thương lái – NMXX – Đại lý - NTD nội địa						
GB	7.019	8.159	8.927		10.417	
CPTG	2.526	7.019	8.159		8.927	
GTGT	4.493	1.140	768		1.490	7.891
CPTT	2.698	935	560		270	
GTGTT	1.795	205	208		1.220	3.428
% GTGT	56,9	14,4	9,7		19,0	100,0
% GTGTT	52,4	6,0	6,1		35,5	100,0
Kênh 3: Nông dân - Thương lái – NMXX – CTLT - Đại lý - NTD nội địa						
GB	7.019	8.159	8.790	9.901	10.417	
CPTG	2.526	7.019	8.159	7.921	9.901	
GTGT	4.493	1.140	631	1.980	516	8.760
CPTT	2.698	935	560	1.480	270	
GTGTT	1.795	205	71	500	246	2.817
% GTGT	51,3	13,0	7,2	22,6	5,9	100,0
% GTGTT	63,7	7,3	2,5	17,7	8,8	100,0
Kênh 4: Nông dân - Thương lái - CTLT – Đại lý - NTD nội địa						
GB	7.019	8.306		9.901	10.417	
CPTG	2.526	7.019		7.921	9.901	
GTGT	4.493	1.287		1.980	516	8.276
CPTT	2.698	935		1.480	270	
GTGTT	1.795	352		500	246	2.893
% GTGT	54,3	15,5		23,9	6,3	100,0
% GTGTT	62,1	12,2		17,3	8,4	100,0
Kênh 5: Nông dân – NMXX – Đại lý - NTD nội địa						
GB	7.753		8.927		10.417	
CPTG	2.506		7.753		8.927	
GTGT	5.247		1.174		1.490	7.911
CPTT	2.689		560		270	
GTGTT	2.558		614		1.220	4.392
% GTGT	66,3		14,8		18,9	100,0
% GTGTT	58,2		14,0		27,8	100,0
Kênh 6: Nông dân – NMXX – CTLT - Đại lý - NTD nội địa						
GB	7.753		8.790	9.901	10.417	

CPTG	2.506	7.753	7.921	9.901	
GTGT	5.247	1.037	1.980	516	8.780
CPTT	2.689	560	1.480	270	
GTGTT	2.558	477	500	246	3.781
% GTGT	59,8	11,8	22,6	5,8	100,0
% GTGTT	67,7	12,6	13,2	6,5	100,0
Kênh 7: Nông dân- CTLT – Đại lý - NTD nội địa					
GB	7.760		9.901	10.417	
CPTG	2.506		7.760	9.901	
GTGT	5.254		2.141	516	7.911
CPTT	2.689		1.480	270	
GTGTT	2.565		661	246	3.472
% GTGT	66,4		27,1	6,5	100,0
% GTGTT	73,9		19,0	7,1	100,0
KÊNH XUẤT KHẨU					
Kênh 8: Nông dân - Thương Lái- NMXX- CTLT – Xuất khẩu					
GB	7.019	8.159	8.790	11.580	
CPTG	2.526	7.056	8.159	7.921	
GTGT	4.493	1.103	631	3.659	9.886
CPTT	2.698	935	560	3.210	
GTGTT	1.795	168	71	449	2.483
% GTGT	45,4	11,2	6,4	37,0	100,0
% GTGTT	72,3	6,8	2,9	18,0	100,0
Kênh 9: Nông dân - Thương lái - CTLT- Xuất khẩu					
GB	7.019	8.306		11.580	
CPTG	2.526	7.019		7.921	
GTGT	4.493	1.287		3.659	9.439
CPTT	2.698	935		3.210	
GTGTT	1.795	352		449	2.596
% GTGT	47,6	13,6		38,8	100,0
% GTGTT	69,2	13,5		17,3	100,0
Kênh 10: Nông dân – NMXX – CTLT – Xuất khẩu					
GB	7.753		8.790	11.580	
CPTG	2.506		7.753	7.921	
GTGT	5.247		1.037	3.659	9.943
CPTT	2.689		560	3.210	
GTGTT	2.558		477	449	3.484
% GTGT	52,8		10,4	36,8	100,0
% GTGTT	73,4		13,7	12,9	100,0
Kênh 11: Nông dân- CTLT – Xuất khẩu					
GB	7.760			11.580	
CPTG	2.506			7.760	
GTGT	5.254			3.820	9.074
CPTT	2.689			3.210	
GTGTT	2.565			610	3.175
% GTGT	57,9			42,1	100,0
% GTGTT	80,8			19,2	100,0

Nguồn: Khảo sát 250 nông hộ trồng lúa tại An Giang, năm 2014

Kết quả tính toán (Bảng 5.49) cho thấy kênh 10 -kênh xuất khẩu- là kênh có GTGT cao nhất với số liệu tương ứng là 9.943 đồng/kg. Tuy nhiên, kênh 5-kênh nội địa- là kênh mang về GTGTT cao nhất trong tất cả các kênh. Tại 2 kênh này, nông dân bán lúa trực tiếp cho nhà máy xay xát và là tác nhân đạt lợi nhuận/kg cao nhất so với các tác nhân còn lại trong chuỗi.

Nhóm nông hộ nghèo chỉ tham gia vào 6 trong tổng số 11 kênh thị trường. Trong đó, kênh 8 và kênh 9 là những kênh có GTGT cao xếp thứ hai và thứ ba (sau kênh 10) nhưng đạt GTGTT thấp nhất (với số liệu tương ứng là 2.483 và 2.596 đồng/kg). Nguyên nhân: (1) nông dân bán lúa cho thương lái với mức giá thấp hơn so với bán lúa cho các đối tác khác; (2) công ty lương thực khi xuất khẩu gạo cũng nhận được mức lợi nhuận/kg thấp hơn so với bán gạo để tiêu thụ nội địa. Những điều này đã làm cho GTGTT của kênh 8 và kênh 9 thấp hơn so với các kênh khác.

5.5.2 Tác động của sự thay đổi giá bán và chi phí trung gian đến giá trị gia tăng và giá trị gia tăng thuần của các nhóm nông hộ trồng lúa tại tỉnh An Giang

5.5.2.1 So sánh giá trị gia tăng và phân phối giá trị gia tăng của các nhóm nông hộ tham gia chuỗi

Nông hộ nghèo và nông hộ không nghèo trồng lúa có sự khác biệt về diện tích và vốn đầu tư nên giá trị gia tăng và lợi nhuận của hai nhóm nông hộ này cũng có sự khác biệt. Bảng 5.50 thể hiện phân phối giá trị gia tăng khi tham gia chuỗi giá trị lúa gạo của nông hộ nghèo và nông hộ không nghèo tại tỉnh An Giang.

Các kênh thị trường từ kênh 1 đến kênh 6 là những kênh mà nhóm nông hộ nghèo và nông hộ không nghèo đều tham gia. Các kênh từ kênh 7 đến kênh 11 là những kênh chỉ có sự tham gia của nhóm nông hộ không nghèo.

Kết quả khảo sát cho thấy dù giá bán lúa cho thương lái của cả 2 nhóm nông hộ là như nhau, chi phí sản xuất 1kg lúa của nông hộ nghèo cao hơn chi phí sản xuất 1kg lúa của nông hộ không nghèo. Vì thế, giá trị gia tăng và giá trị gia tăng thuần của nhóm nông hộ nghèo ở các kênh thị trường (từ kênh 1 đến kênh 6) đều thấp hơn so với giá trị gia tăng và giá trị gia tăng thuần của nhóm nông hộ không nghèo.

Bảng 5. 50: Phân phối giá trị gia tăng thuần của các nhóm nông hộ trong chuỗi giá trị lúa gạo tỉnh An Giang

Kênh thị trường	Hộ nghèo			Hộ không nghèo		
	GTGT (đồng)	GTGTT (đồng)	Tỷ lệ phân phối (%)	GTGT (đồng)	GTGTT (đồng)	Tỷ lệ phân phối (%)
Kênh 1	4.192	1.349	38,1	4.513	1.824	45,4
Kênh 2	4.192	1.349	45,3	4.513	1.824	52,8
Kênh 3	4.192	1.349	67,9	4.513	1.824	64,1
Kênh 4	4.192	1.349	65,4	4.513	1.824	62,4
Kênh 5	4.192	1.349	76,4	4.513	1.824	69,5
Kênh 6	4.192	1.349	79,9	4.513	1.824	72,6
Kênh 7				5.247	2.558	58,2
Kênh 8				5.247	2.558	67,7
Kênh 9				5.254	2.565	73,9
Kênh 10				5.247	2.558	73,4
Kênh 11				5.254	2.565	80,8

Nguồn: Khảo sát 250 nông hộ trồng lúa tại An Giang, năm 2014

Ghi chú:

Kênh 1: Nông dân => Thương lái => Đại lý => NTD nội địa

Kênh 2: Nông dân => Thương lái => NMXX => Đại lý => NTD nội địa

Kênh 3: Nông dân => Thương lái => NMXX => CTLT => Đại lý => NTD nội địa

Kênh 4: Nông dân => Thương lái => CTLT => Đại lý => NTD nội địa

Kênh 5: Nông dân => Thương lái => CTLT => Xuất khẩu

Kênh 6: Nông dân => Thương lái => NMXX => CTLT => Xuất khẩu

Kênh 7: Nông dân => NMXX => Đại lý => NTD nội địa

Kênh 8: Nông dân => NMXX => CTLT => Đại lý => NTD nội địa

Kênh 9: Nông dân => CTLT => Đại lý => NTD nội địa

Kênh 10: Nông dân => NMXX => CTLT => Xuất khẩu

Kênh 11: Nông dân => CTLT => Xuất khẩu

Ngoài ra, do kênh thị trường của nông hộ không nghèo nhiều hơn và họ bán lúa cho nhiều đối tác hơn (nhà máy xay xát, công ty lương thực) nên giá trị gia tăng và giá trị gia tăng thuần của nông hộ không nghèo cao hơn so với bán lúa cho thương lái. Đặc biệt, trong trường hợp nông hộ không nghèo bán lúa trực tiếp cho công ty lương thực, họ nhận được giá trị gia tăng thuần cao nhất là 2.565 đồng/kg và đạt được tỷ lệ phân phối giá trị gia tăng thuần trong chuỗi cao nhất là 80,8%.

Với kết quả kiểm định ở mức ý nghĩa $\alpha = 5\%$ ở Bảng 5.51 cho thấy có sự khác biệt về giá bán, giá trị gia tăng và giá trị gia tăng thuần giữa hai nhóm nông hộ nghèo và nông hộ không nghèo trồng lúa tại An Giang khi tham gia chuỗi giá trị gạo. Sự khác biệt này do nhiều nguyên nhân mà kết quả khảo sát đã trình bày ở những nội dung trên như: diện tích canh tác, chi phí sản xuất,

chất lượng sản phẩm, đối tượng thu mua lúa. Do đó, để nâng cao giá trị gia tăng và giá trị gia tăng thuần của nhóm nông hộ nghèo cần có những giải pháp khắc phục những hạn chế của họ so với nhóm nông hộ còn lại.

Bảng 5. 51: Kiểm định giá trị gia tăng và giá trị gia tăng thuần của các nhóm nông hộ trồng lúa tại An Giang

Chỉ tiêu	ĐVT	Nông hộ nghèo	Nông hộ không nghèo	Mức ý nghĩa kiểm định Levene*	Mức ý nghĩa kiểm định t*
Giá bán	Đồng/kg	7.019	7.467	0.680	0.000
CPTG	Đồng/kg	2.827	2.506	0.000	0.001
CPTT	Đồng/kg	2.843	2.689	0.146	0.001
GTGT	Đồng/kg	4.192	4.961	0.049	0.000
GTGTT	Đồng/kg	1.349	2.272	0.147	0.000

Nguồn: Khảo sát 250 nông hộ trồng lúa tại An Giang, năm 2014

Ghi chú: Kết quả kiểm định có độ tin cậy 95%; ứng với mức ý nghĩa alpha là 5%

5.5.2.2 Tác động của sự thay đổi giá bán đến giá trị gia tăng và giá trị gia tăng thuần của các nhóm nông hộ trồng lúa

Trường hợp giảm giá bán

Trong điều kiện các yếu tố khác (chi phí trung gian, chi phí tăng thêm) không thay đổi, khi giá bán giảm làm cho giá trị gia tăng và giá trị gia tăng thuần nhận được của cả hai nhóm nông hộ nghèo và không nghèo trồng lúa tại tỉnh An Giang đều có xu hướng giảm theo. Cụ thể (Bảng 5.52), khi giá bán lúa giảm 5%, nông hộ nghèo có giá trị gia tăng giảm xuống là 3.481 đồng/kg và giá trị gia tăng thuần là 998 đồng/kg. Trong khi đó, cùng ở mức giảm giá bán 5%, nông hộ không nghèo có giá trị gia tăng và giá trị gia tăng thuần bị giảm với số liệu tương ứng là 4.588 đồng/kg và 1.899 đồng/kg. Tuy nhiên, khi giá bán giảm ở mức 20%, nông hộ nghèo bị lỗ 55 đồng/kg. Giá bán giảm 30% và giảm 40% càng làm cho nông hộ nghèo bị lỗ càng nhiều. Nhóm nông hộ không nghèo chỉ bị lỗ khi giá bán lúa giảm 40% so với giá bán đầu.

Bảng 5. 52: Tác động của sự giảm giá bán đến giá trị gia tăng và giá trị gia tăng thuần của các nhóm nông hộ trồng lúa

Đơn vị tính: đồng/kg

<i>Chỉ tiêu</i>	<i>Nông hộ</i>		<i>Giảm 5%</i>		<i>Giảm 10%</i>		<i>Giảm 15%</i>		<i>Giảm 20%</i>		<i>Giảm 30%</i>		<i>Giảm 40%</i>	
	<i>Nghèo</i>	<i>Không nghèo</i>	<i>Nghèo</i>	<i>Không nghèo</i>	<i>Nghèo</i>	<i>Không nghèo</i>	<i>Nghèo</i>	<i>Không nghèo</i>	<i>Nghèo</i>	<i>Không nghèo</i>	<i>Nghèo</i>	<i>Không nghèo</i>	<i>Nghèo</i>	<i>Không nghèo</i>
GB	7.019	7.467	6.668	7.094	6.317	6.720	5.966	6.347	5.615	5.974	4.913	5.227	4.211	4.480
CPTG	2.827	2.506	2.827	2.506	2.827	2.506	2.827	2.506	2.827	2.506	2.827	2.506	2.827	2.506
GTGT	4.192	4.961	3.841	4.588	3.490	4.214	3.139	3.841	2.788	3.468	2.086	2.721	1.384	1.974
CPTT	2.843	2.689	2.843	2.689	2.843	2.689	2.843	2.689	2.843	2.689	2.843	2.689	2.843	2.689
GTGTT	1.349	2.272	998	1.899	647	1.525	296	1.152	(55)	779	(757)	32	(1.459)	(715)

Nguồn: Khảo sát 250 nông hộ trồng lúa tại An Giang, năm 2014

Trường hợp tăng giá bán

Khi giá bán lúa tăng làm cho giá trị gia tăng và giá trị gia tăng thuần của hai nhóm nông hộ trồng lúa tăng theo, trong điều kiện chi phí trung gian và chi phí tăng thêm không thay đổi. Theo kết quả tính toán ở Bảng 5.53 cho thấy nếu giá bán lúa tăng thêm 5% thì nông hộ nghèo có giá trị gia tăng tăng thêm 351 đồng/kg (từ 4.192 đồng/kg lúc đầu lên 4.543 đồng/kg) và giá trị gia tăng thuần cũng tăng cùng số tuyệt đối. Nếu giá bán tăng thêm 20%, giá trị gia tăng và giá trị gia tăng thuần của nông hộ nghèo sẽ tăng thêm 1.404 đồng/kg, tương ứng tăng thêm 33,5%. Tương tự như thế, giá trị gia tăng và giá trị gia tăng thuần của nông hộ nghèo sẽ được tăng thêm 2.808 đồng/kg về số tuyệt đối, tăng 67% về số tương đối trong trường hợp giá bán tăng thêm 40%. Như vậy, tốc độ tăng về số tương đối của giá trị gia tăng và giá trị gia tăng thuần cao hơn tốc độ tăng của giá bán.

Đối với nhóm nông hộ không nghèo, giá bán lúa tăng đã làm giá trị gia tăng và giá trị gia tăng thuần của họ tăng theo. Cụ thể: giá trị gia tăng của nông hộ tăng từ 4.961 đồng/kg tại thời điểm ban đầu lên 5.335 đồng/kg (khi giá tăng 5%), tiếp tục tăng lên 6.454 đồng/kg (nếu giá tăng thêm 20%) và 7.948 đồng/kg (khi giá bán tăng thêm 40%).

Như vậy, khi giá bán lúa trên thị trường tăng làm cho giá trị gia tăng và giá trị gia tăng thuần của cả hai nhóm nông hộ trồng lúa đều được tăng theo. Bên cạnh đó, tỷ lệ giá bán ngày càng tăng cao càng làm cho khoảng cách chênh lệch về giá trị gia tăng thuần nhận được giữa nhóm nông hộ nghèo và không nghèo càng lớn hơn.

Bảng 5. 53: Tác động của sự tăng giá bán đến giá trị gia tăng và giá trị gia tăng thuần của các nhóm nông hộ trồng lúa

Đơn vị tính: đồng/kg

<i>Chỉ tiêu</i>	<i>Nông hộ</i>		<i>Tăng 5%</i>		<i>Tăng 10%</i>		<i>Tăng 15%</i>		<i>Tăng 20%</i>		<i>Tăng 30%</i>		<i>Tăng 40%</i>	
	<i>Nghèo</i>	<i>Không nghèo</i>	<i>Nghèo</i>	<i>Không nghèo</i>	<i>Nghèo</i>	<i>Không nghèo</i>	<i>Nghèo</i>	<i>Không nghèo</i>	<i>Nghèo</i>	<i>Không nghèo</i>	<i>Nghèo</i>	<i>Không nghèo</i>	<i>Nghèo</i>	<i>Không nghèo</i>
GB	7.019	7.467	7.370	7.840	7.721	8.214	8.072	8.587	8.423	8.960	9.125	9.707	9.827	10.454
CPTG	2.827	2.506	2.827	2.506	2.827	2.506	2.827	2.506	2.827	2.506	2.827	2.506	2.827	2.506
GTGT	4.192	4.961	4.543	5.334	4.894	5.708	5.245	6.081	5.596	6.454	6.298	7.201	7.000	7.948
CPTT	2.843	2.689	2.843	2.689	2.843	2.689	2.843	2.689	2.843	2.689	2.843	2.689	2.843	2.689
GTGTT	1.349	2.272	1.700	2.645	2.051	3.019	2.402	3.392	2.753	3.765	3.455	4.512	4.157	5.259

Nguồn: Khảo sát 250 nông hộ trồng lúa tại An Giang, năm 2014

5.5.2.3 Tác động của sự thay đổi chi phí trung gian đến giá trị gia tăng và giá trị gia tăng thuần của các nhóm nông hộ trồng lúa

Trường hợp giảm chi phí trung gian

Kết quả tính toán ở Bảng 5.54 cho thấy khi giá bán lúa trên thị trường không thay đổi nhưng chi phí trung gian của hai nhóm nông hộ trồng lúa được giảm sẽ làm cho giá trị gia tăng và giá trị gia tăng thuần của họ tăng lên. Cụ thể, khi chi phí trung gian giảm 5% thì hộ nghèo có được giá trị gia tăng là 4.333 đồng/kg và giá trị gia tăng thuần là 1.490 đồng/kg (cùng tăng thêm 141 đồng/kg so với lúc ban đầu). Trong khi đó, nhóm nông hộ không nghèo được tăng thêm về số tuyệt đối là 125 đồng/kg cho cả hai chỉ tiêu về giá trị gia tăng và giá trị gia tăng thuần so với lúc ban đầu. Nhìn chung, khi chi phí trung gian càng được giảm thì khoảng cách về giá trị gia tăng thuần giữa hai nhóm nông hộ càng được thu hẹp lại. Tại thời điểm khảo sát, nhóm nông hộ nghèo có chi phí trung gian cao hơn chi phí trung gian của nhóm hộ không nghèo mà nguyên nhân do hộ nghèo phải chịu thêm các khoản phí do mua chịu vật tư nông nghiệp. Vì thế, để giảm được chi phí trung gian thì nhóm hộ nghèo cần giảm các khoản phí phát sinh này.

Bảng 5. 54: Tác động của sự giảm chi phí trung gian đến giá trị gia tăng và giá trị gia tăng thuần của các nhóm nông hộ trồng lúa tỉnh An Giang

Đơn vị tính: đồng/kg

<i>Chỉ tiêu</i>	<i>Nông hộ</i>		<i>Giảm 5%</i>		<i>Giảm 10%</i>		<i>Giảm 15%</i>		<i>Giảm 20%</i>		<i>Giảm 30%</i>		<i>Giảm 40%</i>	
	<i>Nghèo</i>	<i>Không nghèo</i>	<i>Nghèo</i>	<i>Không nghèo</i>	<i>Nghèo</i>	<i>Không nghèo</i>	<i>Nghèo</i>	<i>Không nghèo</i>	<i>Nghèo</i>	<i>Không nghèo</i>	<i>Nghèo</i>	<i>Không nghèo</i>	<i>Nghèo</i>	<i>Không nghèo</i>
GB	7.019	7.467	7.019	7.467	7.019	7.467	7.019	7.467	7.019	7.467	7.019	7.467	7.019	7.467
CPTG	2.827	2.506	2.686	2.381	2.544	2.255	2.403	2.130	2.262	2.005	1.979	1.754	1.696	1.504
GTGT	4.192	4.961	4.333	5.086	4.475	5.212	4.616	5.337	4.757	5.462	5.040	5.713	5.323	5.963
CPTT	2.843	2.689	2.843	2.689	2.843	2.689	2.843	2.689	2.843	2.689	2.843	2.689	2.843	2.689
GTGTT	1.349	2.272	1.490	2.397	1.632	2.523	1.773	2.648	1.914	2.773	2.197	3.024	2.480	3.274

Nguồn: Khảo sát 250 nông hộ trồng lúa tại An Giang, năm 2014

Trường hợp tăng chi phí trung gian

Trong trường hợp chi phí trung gian tăng lên sẽ làm cho giá trị gia tăng và giá trị gia tăng thuần của hai nhóm nông hộ bị giảm so với lúc ban đầu. Kết quả tính toán ở Bảng 5.55 cho thấy khi chi phí trung gian tăng lên đến mức 40%, dù chưa bị lỗ, nông hộ nghèo chỉ nhận được giá trị gia tăng thuần là 218 đồng/kg. Và khi chi phí trung gian của nông hộ nghèo tăng từ mức 50% trở lên thì nông hộ nghèo bị lỗ ngày càng nhiều. Do đó, để tiếp tục có được lợi nhuận/kg khi tham gia chuỗi giá trị gạo, nông hộ nghèo cần tính toán để chi phí trung gian tăng ở mức thấp nhất, trong trường hợp phải tăng các khoản chi phí đầu vào.

Đối với nhóm nông hộ không nghèo, do có được những lợi thế như: chi phí trung gian thấp hơn, giá bán cao hơn nên dù chi phí trung gian của họ tăng cùng tỷ lệ so với nhóm nông hộ nghèo, nông hộ không nghèo vẫn có được giá trị gia tăng và giá trị gia tăng thuần tương đối cao. Nhóm nông hộ này sẽ bị lỗ nếu chi phí trung gian của họ tăng từ mức trên 90%, mà điều này rất khó xảy ra. Vì thế, có thể nói khi tham gia chuỗi giá trị gạo tỉnh An Giang, nhóm nông hộ không nghèo luôn đạt lợi nhuận/kg, dù giá bán không thay đổi và chi phí đầu vào tăng lên.

Bảng 5.55 Tác động của sự tăng chi phí trung gian đến giá trị gia tăng và giá trị gia tăng thuần của các nhóm nông hộ trồng lúa tỉnh An Giang

Đơn vị tính: đồng/kg

<i>Chỉ tiêu</i>	<i>Nông hộ</i>		<i>Tăng 5%</i>		<i>Tăng 10%</i>		<i>Tăng 15%</i>		<i>Tăng 20%</i>		<i>Tăng 30%</i>		<i>Tăng 40%</i>	
	<i>Nghèo</i>	<i>Không nghèo</i>	<i>Nghèo</i>	<i>Không nghèo</i>	<i>Nghèo</i>	<i>Không nghèo</i>	<i>Nghèo</i>	<i>Không nghèo</i>	<i>Nghèo</i>	<i>Không nghèo</i>	<i>Nghèo</i>	<i>Không nghèo</i>	<i>Nghèo</i>	<i>Không nghèo</i>
GB	7.019	7.467	7.019	7.467	7.019	7.467	7.019	7.467	7.019	7.467	7.019	7.467	7.019	7.467
CPTG	2.827	2.506	2.968	2.631	3.110	2.757	3.251	2.882	3.392	3.007	3.675	3.258	3.958	3.508
GTGT	4.192	4.961	4.051	4.836	3.909	4.710	3.768	4.585	3.627	4.460	3.344	4.209	3.061	3.959
CPTT	2.843	2.689	2.843	2.689	2.843	2.689	2.843	2.689	2.843	2.689	2.843	2.689	2.843	2.689
GTGTT	1.349	2.272	1.208	2.147	1.066	2.021	925	1.896	784	1.771	501	1.520	218	1.270

Nguồn: Khảo sát 250 nông hộ trồng lúa tại An Giang, năm 2014

5.5.3 Phân tích tổng hợp kinh tế chuỗi giá trị gạo tỉnh An Giang

Năm 2014, toàn tỉnh An Giang sản xuất 4,022 triệu tấn lúa (tương đương 2,737 triệu tấn gạo), trong đó xuất khẩu 2,280 triệu tấn gạo và tiêu thụ nội địa 0,457 triệu tấn. Phân tích tổng hợp kinh tế chuỗi giá trị gạo tỉnh An Giang dựa vào các số liệu này.

5.5.3.1 Phân tích tổng hợp kinh tế chuỗi giá trị gạo tỉnh An Giang với sự tham gia của nông hộ nghèo

Kết quả phân tích ở Bảng 5.56 cho thấy trong năm 2014, tổng doanh thu chuỗi giá trị gạo tỉnh An Giang với sự tham gia của nông hộ nghèo trồng lúa đạt 4.680,1 tỷ đồng, trong đó kênh tiêu thụ nội địa đạt 1.646,6 tỷ đồng (chiếm 35,2%) và kênh xuất khẩu đạt 3.033,5 tỷ đồng (chiếm 64,8%). Công ty lương thực là tác nhân có doanh thu cao nhất (32,6%), kế đến là thương lái (29,1%). Nhóm nông hộ nghèo tạo ra tổng doanh thu cho toàn chuỗi là 1.152,6 tỷ đồng.

Năm 2014, chuỗi giá trị gạo tỉnh An Giang mà nhóm nông hộ nghèo giữ chức năng là nhà sản xuất có tổng lợi nhuận là 301,7 tỷ đồng, trong đó nông hộ nghèo có tỷ trọng cao nhất (chiếm 73,5%), do nông hộ có sản lượng gạo nhiều nhất chuỗi. Tác nhân nhà máy xay xát có tỷ trọng thấp nhất so với các tác nhân khác (chiếm 0,7%).

Công ty lương thực có doanh thu cao nhất trong chuỗi (1.523,3 tỷ đồng), nhưng do công ty có chi phí tăng thêm trong hoạt động tiêu thụ nội địa và xuất khẩu cao nhất chuỗi nên trong năm 2014, tác nhân này có tổng lợi nhuận là 9,8 tỷ đồng, chỉ chiếm 3,2% tổng lợi nhuận toàn chuỗi.

Bảng 5. 56: Phân tích tổng hợp kinh tế chuỗi giá trị gạo tỉnh An Giang với sự tham gia của nông hộ nghèo

Khoản mục	Nông hộ nghèo	Thương lái	NMXX	CTLT	Đại lý	Tổng
Chuỗi giá trị gạo nội địa						
1.Sản lượng (tấn)	51.887	51.887	10.016	22.495	51.887	
2.Giá bán (đồng/kg)	7.019	8.287	8.905	9.901	10.417	
3.Lợi nhuận (đồng/kg)	1.349	333	187	115	246	2.231
% Lợi nhuận	60,5	14,9	8,4	5,2	11,0	100,0
4.Tổng lợi nhuận (tỷ đồng)	70,0	17,3	1,9	2,6	12,8	104,6
% Tổng lợi nhuận	67,0	16,5	1,8	2,5	12,2	100,0
5.Tổng thu nhập (tỷ đồng)	364,2	430,0	89,2	222,7	540,5	1.646,6
% Tổng thu nhập	22,1	26,1	5,4	13,5	32,9	100,0
Chuỗi giá trị gạo xuất khẩu						
1.Sản lượng (tấn)	112.312	112.312	1.478	112.312		
2.Giá bán (đồng/kg)	7.019	8.294	8.790	11.580		
3.Lợi nhuận (đồng/kg)	1.349	340	72	64		1.826
% Lợi nhuận	73,9	18,6	3,9	3,6		100,0
4.Tổng lợi nhuận (tỷ đồng)	151,6	38,2	0,1	7,2		197,1
% Tổng lợi nhuận	76,9	19,4	0,1	3,6		100,0
5.Tổng thu nhập (tỷ đồng)	788,4	931,6	13,0	1.300,5		3.033,5
% Tổng thu nhập	26,0	30,7	0,4	42,9		100,0
Chuỗi giá trị gạo nội địa và xuất khẩu						
1.Sản lượng (tấn)	164.200	164.200	11.494	134.808	51.887	
2.Giá bán (đồng/kg)	7.019	8.292	8.891	11.300	10.417	
3.Lợi nhuận (đồng/kg)	1.349	338	173	73	246	2.178
% Lợi nhuận	62,0	15,5	7,9	3,3	11,3	100,0
4.Tổng lợi nhuận (tỷ đồng)	221,6	55,5	2,0	9,8	12,8	301,7
% Tổng lợi nhuận	73,5	18,4	0,7	3,2	4,2	100,0
5.Tổng thu nhập (tỷ đồng)	1.152,6	1.361,5	102,2	1.523,3	540,5	4.680,1
% Tổng thu nhập	24,6	29,1	2,2	32,6	11,5	100,0

Nguồn: Khảo sát 70 nông hộ nghèo trồng lúa và 4 tác nhân tham gia chuỗi giá trị gạo tại An Giang, năm 2014

5.5.3.2 Phân tích tổng hợp kinh tế chuỗi giá trị gạo tỉnh An Giang với sự tham gia của nông hộ không nghèo

Chuỗi giá trị gạo toàn tỉnh An Giang (trong đó nhóm nông hộ không nghèo giữ vai trò là nhà sản xuất) có sản lượng là 2,572 triệu tấn gạo, chiếm 94% tổng sản lượng gạo toàn tỉnh năm 2014.

Kênh tiêu thụ nội địa đã đóng góp 27,5% tổng lợi nhuận và 29,4% tổng doanh thu cho toàn chuỗi giá trị gạo tỉnh An Giang năm 2014. Kênh nội địa có giá trị gia tăng thuần là 4.354 đồng/kg, trong đó nhóm nông hộ không nghèo có lợi nhuận/kg cao nhất chuỗi là 2.330 đồng/kg, chiếm 53,5% toàn kênh, kế tiếp là đại lý (763 đồng/kg). Đại lý cũng chính là tác nhân có doanh thu cao nhất trong cả chuỗi với số tuyệt đối là 6.249,2 tỷ đồng, chiếm 35,3% tổng doanh thu cả kênh tiêu thụ nội địa.

Kênh xuất khẩu có tổng lợi nhuận là 5.763,1 tỷ đồng và tổng doanh thu là 42.533 tỷ đồng trong năm 2014. Lợi nhuận/kg của kênh xuất khẩu là 3.432 đồng/kg. Tại kênh thị trường này, công ty lương thực là tác nhân có doanh thu cao nhất chuỗi, chiếm 53,7%. Kế tiếp là nông hộ không nghèo trồng lúa có doanh thu là 14.866,6 tỷ đồng chiếm 35% tổng doanh thu cả kênh. Đây là hai tác nhân có sản lượng cao nhất toàn chuỗi.

Bảng 5. 57: Phân tích tổng hợp kinh tế chuỗi giá trị gạo tỉnh An Giang với sự tham gia của nông hộ không nghèo

Khoản mục	Nông hộ	Thương lái	NMXX	CTLT	Đại lý	Tổng
Chuỗi giá trị gạo nội địa						
1.Sản lượng (tấn)	59.6810	257.246	105.471	396.159	596.810	
2.Giá bán (đồng/kg)	7.525	8.287	8.904	9.901	10.471	
3.Lợi nhuận (đồng/kg)	2.330	333	388	540	763	4.354
% Lợi nhuận	53,5	7,7	8,9	12,4	17,5	100,0
4.Tổng lợi nhuận (tỷ đồng)	1.390,5	85,6	41,0	214,0	455,2	2186,3
% Tổng lợi nhuận	63,6	3,9	1,9	9,8	20,8	100,0
5.Tổng thu nhập (tỷ đồng)	4.491,0	2.131,8	939,1	3.922,4	6.249,2	17.733,5
% Tổng thu nhập	25,3	12,0	5,3	22,1	35,3	100,0
Chuỗi giá trị gạo xuất khẩu						
1.Sản lượng (tấn)	1.975.649	558.224	18.007	1.975.649		
2.Giá bán (đồng/kg)	7.525	8.294	8.790	11.580		
3.Lợi nhuận (đồng/kg)	2.330	337	275	489		3.432
% Lợi nhuận	67,9	9,8	8,0	14,3		100,0
4.Tổng lợi nhuận (tỷ đồng)	4.603,1	188,4	5,0	966,6		5.763,1
% Tổng lợi nhuận	79,9	3,3	0,1	16,7		100,0
5.Tổng thu nhập (tỷ đồng)	14.866,6	4.630,1	158,3	22.878,0		42.533,0
% Tổng thu nhập	35,0	10,9	0,4	53,7		100,0
Chuỗi giá trị gạo nội địa và xuất khẩu						
1.Sản lượng (tấn)	2.572.459	815.470	123.478	2.371.807	596.810	
2.Giá bán (đồng/kg)	7.525	8.292	8.888	11.300	10.471	
3.Lợi nhuận (đồng/kg)	2.330	336	372	498	763	4.298
% Lợi nhuận	54,2	7,8	8,7	11,6	17,7	100,0
4.Tổng lợi nhuận (tỷ đồng)	5.993,6	274,0	45,9	1.180,6	455,2	7949,3
% Tổng lợi nhuận	75,4	3,5	0,6	14,9	5,6	100,0
5.Tổng thu nhập (tỷ đồng)	19.357,6	6.761,9	1.097,4	26.800,4	6249,2	60.266,5
% Tổng thu nhập	32,1	11,2	1,8	44,5	10,4	100,0

Nguồn: Khảo sát 180 nông hộ không nghèo trồng lúa và 4 tác nhân tham gia chuỗi giá trị gạo tại An Giang, năm 2014

5.5.3.3 Phân tích tổng hợp kinh tế chuỗi giá trị gạo tỉnh An Giang

Kết quả tổng hợp kinh tế chuỗi giá trị gạo tỉnh An Giang với sự tham gia của cả hai nhóm nông hộ nghèo và nông hộ không nghèo được tính toán và trình bày ở Bảng 5.58.

Tổng sản lượng của chuỗi giá trị gạo tỉnh An Giang năm 2014 là 2,737 triệu tấn, trong đó khoảng 2.170 triệu tấn được xuất khẩu (chiếm 79,3% tổng sản lượng toàn chuỗi). Trong năm này, tổng thu nhập gạo nói chung của tỉnh An Giang là 63.388,8 tỷ đồng tập trung chủ yếu ở các tác nhân: công ty lương thực (44,4%), nông dân (32,0%) và thương lái (12,6%). Tổng lợi nhuận đạt được là 8.410,1 tỷ đồng, trong đó khâu sản xuất do nông dân thực hiện chiếm 75,5%, kể đến công ty lương thực chiếm 14,9%. Tuy nhiên, tỷ trọng lợi nhuận/chủ thể/năm của nông hộ và đại lý (đều chiếm 0,01%) là thấp nhất trong chuỗi, do sản lượng gạo trung bình/hộ trong năm rất thấp so với công ty lương thực và nhà máy xay xát.

Chuỗi gạo xuất khẩu đã mang về doanh thu khoảng 47.500 tỷ đồng và mang về mức lợi nhuận cao hơn chuỗi nội địa 4 ngàn tỷ đồng. Cụ thể, chuỗi xuất khẩu đóng góp 75,4% tổng lợi nhuận và 73,8% tổng doanh thu của chuỗi giá trị gạo tỉnh An Giang năm 2014. Phần còn lại do chuỗi giá trị gạo nội địa đóng góp. Như vậy, tổng lợi nhuận và tổng doanh thu của chuỗi gạo tỉnh An Giang phần lớn do chuỗi gạo xuất khẩu mang đến. Đây cũng là xu hướng chung của ngành hàng lúa gạo vùng ĐBSCL trong thời gian qua, vì trong năm 2012-2013, có đến 65-70% sản lượng lúa của ĐBSCL đã được xuất khẩu. Tuy nhiên, trong thời gian sắp đến, cần chú trọng nhiều hơn đến chuỗi gạo nội địa do: (1) gạo là mặt hàng có giá biến động rất cao, (2) quyền lực áp đặt giá của các nhà xuất khẩu không lớn, (3) xuất khẩu gạo của Việt Nam sẽ chịu sự cạnh tranh mạnh từ các nước xuất khẩu gạo mới nổi như Campuchia và Myanmar (Nguyễn Đức Thành và cộng sự, 2015).

Bảng 5. 58: Phân tích tổng hợp kinh tế chuỗi giá trị gạo tỉnh An Giang năm 2014 với sự tham gia của các nhóm nông hộ trồng lúa

Khoản mục	Nông hộ	Thương lái	NMXX	CTLT	Đại lý	Tổng
<i>Chuỗi giá trị gạo nội địa</i>						
1.Sản lượng (tấn)	566.488	279.139	106.730	347.556	566.488	
2.Giá bán (đồng/kg)	7.525	8.287	8.904	9.901	10.471	
3.Lợi nhuận (đồng/kg)	2.321	333	388	540	763	4.345
<i>% Lợi nhuận</i>	<i>53,4</i>	<i>7,7</i>	<i>8,9</i>	<i>12,4</i>	<i>17,6</i>	<i>100,0</i>
4.Tổng lợi nhuận (tỷ đồng)	1.314,7	92,9	41,4	187,8	432,1	2.068,9
<i>% Tổng lợi nhuận</i>	<i>63,5</i>	<i>4,5</i>	<i>2,0</i>	<i>9,1</i>	<i>20,9</i>	<i>100,0</i>
5.Tổng thu nhập (tỷ đồng)	4.262,8	2.313,2	950,3	3.441,1	5.931,7	16.899,1
<i>% Tổng thu nhập</i>	<i>25,2</i>	<i>13,7</i>	<i>5,6</i>	<i>20,4</i>	<i>35,1</i>	<i>100,0</i>
<i>Chuỗi giá trị gạo xuất khẩu</i>						
1.Sản lượng (tấn)	2.170.170	697.848	27.367	2.170.170		
2.Giá bán (đồng/kg)	7.525	8.294	8.790	11.580		
3.Lợi nhuận (đồng/kg)	2.321	337	275	489		3.422
<i>% Lợi nhuận</i>	<i>67,8</i>	<i>9,9</i>	<i>8,0</i>	<i>14,3</i>		<i>100,0</i>
4.Tổng lợi nhuận (tỷ đồng)	5.036,4	235,5	7,5	1.061,8		6.341,2
<i>% Tổng lợi nhuận</i>	<i>79,4</i>	<i>3,7</i>	<i>0,1</i>	<i>16,8</i>		<i>100,0</i>
5.Tổng thu nhập (tỷ đồng)	16.330,4	5.788,2	240,6	25.130,6		47.489,8
<i>% Tổng thu nhập</i>	<i>34,4</i>	<i>12,2</i>	<i>0,5</i>	<i>52,9</i>		<i>100,0</i>

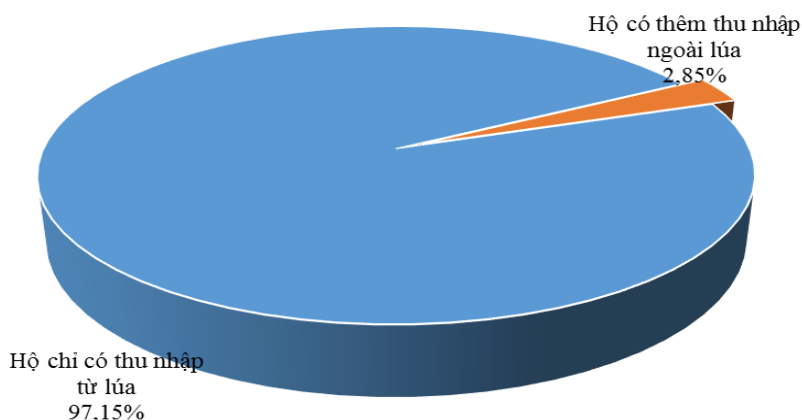
<i>Chuỗi giá trị gạo nội địa và xuất khẩu</i>						
1.Sản lượng (tấn)	2.736.659	976.987	134.096	2.517.726	566.488	
2.Giá bán (đồng/kg)	7.525	8.292	8.881	11.348	10.471	
3.Lợi nhuận (đồng/kg)	2.321	336	365	496	763	4.281
<i>% Lợi nhuận</i>	54,2	7,9	8,5	11,6	17,8	100,0
4.Tổng lợi nhuận (tỷ đồng)	6.351,0	328,5	49,0	1.249,5	432,1	8.410,1
<i>% Tổng lợi nhuận</i>	75,5	3,9	0,6	14,9	5,1	100,0
5.Tổng thu nhập (tỷ đồng)	20.593,1	8.101,4	1.190,9	28.571,7	5931,7	64.388,8
<i>% Tổng thu nhập</i>	32,0	12,6	1,9	44,4	9,1	100,0
6. Sản lượng gạo TB/chủ thể/năm (tấn)	4,4	149,7	1.247	141.515	9,3	
7. Lợi nhuận TB/chủ thể/năm (triệu đồng)	10,1	50,3	455,4	70.232,5	7,1	70.755,4
<i>% Lợi nhuận/chủ thể/năm</i>	0,01	0,07	0,64	99,26	0,01	100,00

Nguồn: Khảo sát 250 nông hộ trồng lúa và 4 tác nhân tham gia chuỗi giá trị gạo tại An Giang, năm 2014

5.5.4 Phân tích tác động của giá trị gia tăng đến thu nhập từ trồng lúa của các nhóm nông hộ tại tỉnh An Giang

5.5.4.1 Phân tích tổng thu nhập của nông hộ trồng lúa

Tổng thu nhập của các nông hộ trồng lúa tại An Giang khi được nghiên cứu (Bảng 5.59) cho thấy: Trong 70 nông hộ nghèo chỉ có 2 hộ có làm thêm công việc khác để tăng thu nhập. Công việc mà 2 hộ này làm thêm là làm thuê và bán quán nước. 68 nông hộ còn lại có thu nhập hoàn toàn từ hoạt động trồng lúa. Thông thường, do hộ nghèo có ít hoặc không có đất nên họ phải làm nhiều nghề, đa dạng sinh kế, nhất là làm thuê và phi nông nghiệp. Tuy nhiên, do các nông hộ nghèo trong quan sát chủ yếu sinh sống bằng nghề trồng lúa, có tham gia vào chuỗi giá trị nên tỷ lệ thu nhập ngoài lúa chỉ 2,85%. Đây cũng là hạn chế của luận án. Hộ vừa trồng lúa vừa làm thêm có tổng thu nhập (25,3 triệu đồng) cao gấp 3 lần tổng thu nhập (7,7 triệu đồng) của hộ chỉ sản xuất lúa.



Nguồn: *Khảo sát 70 nông hộ nghèo trồng lúa tại An Giang, năm 2014*

Hình 5. 15: Tỷ trọng nông hộ có thu nhập từ trồng lúa và ngoài trồng lúa của nhóm nông hộ nghèo tỉnh An Giang

Đối với nhóm nông hộ không nghèo, có 49 hộ (chiếm 27,2% tổng số hộ) vừa trồng lúa vừa làm thêm nghề khác và 131 hộ còn lại chỉ có thu nhập từ sản xuất lúa. Ngành nghề làm thêm của nhóm hộ không nghèo khá đa dạng từ buôn bán, làm thuê, chăn nuôi, trồng rẫy, làm môi giới mua bán lúa, nấu rượu, may tại nhà v.v... Nhìn chung, những nông hộ có làm thêm việc khác bên cạnh hoạt động trồng lúa có tổng thu nhập cao hơn so với những hộ chỉ trồng lúa.

Có thể nói, đa số các nông hộ mà luận án khảo sát có thu nhập chủ yếu từ hoạt động trồng lúa.

Bảng 5. 59: Cơ cấu tổng thu nhập của các nhóm nông hộ trồng lúa tỉnh An Giang

Thu nhập	Hộ có thu nhập ngoài lúa						Hộ chỉ có thu nhập từ lúa					
	Hộ nghèo			Hộ không nghèo			Hộ nghèo			Hộ không nghèo		
	Số hộ (hộ)	Số tiền (triệu đồng)	Tỷ trọng (%)	Số hộ (hộ)	Số tiền (triệu đồng)	Tỷ trọng (%)	Số hộ (hộ)	Số tiền (triệu đồng)	Tỷ trọng (%)	Số hộ (hộ)	Số tiền (triệu đồng)	Tỷ trọng (%)
Từ lúa	2	1,3	5,1	49	78,7	74,2	68	7,68	100,0	131	79,1	100,0
Ngoài lúa	2	24,0	94,9	49	27,3	25,8	68	0,0	0,0	131	0,0	0,0
Tổng thu nhập	2	25,3	100,0	49	106,0	100,0	68	7,68	100,0	131	79,1	100,0

Nguồn: Khảo sát 250 nông hộ trồng lúa tại An Giang, năm 2014

5.5.4.2 Phân tích tác động của giá trị gia tăng đến thu nhập từ trồng lúa của các nhóm nông hộ tại tỉnh An Giang

Mô hình nghiên cứu các yếu tố ảnh hưởng đến thu nhập từ trồng lúa của nông hộ tỉnh An Giang như sau:

$$\text{THUNHAP} = \beta_0 + \beta_1\text{TUOI} + \beta_2\text{SOLAODONG} + \beta_3\text{TRINHDOHOCVAN} + \beta_4\text{KINHNGHIEM} + \beta_5\text{GIOITINH} + \beta_6\text{TAPHUAN} + \beta_7\text{DOANTHE} + \beta_8\text{TBKT} + \beta_9\text{DIENTICH} + \beta_{10}\text{VONTUCO} + \beta_{11}\text{GTGT}$$

Bảng 5. 60: Các yếu tố ảnh hưởng đến thu nhập từ lúa của các nhóm nông hộ trồng lúa tỉnh An Giang

Biến	Hộ nghèo		Hộ không nghèo			
	Hệ số tác động	Mức ý nghĩa	Hệ số VIF	Hệ số tác động	Mức ý nghĩa	Hệ số VIF
Hằng số	-13,509	0,000 ^{ns}	-	-67,285	0,000 ^{***}	-
Tuổi	0,001	0,082 ^{**}	6.824	0,003	0,007 ^{***}	2.140
Nhân khẩu trồng lúa	-0,197	0,379 ^{ns}	1.269	-1,659	0,034 ^{**}	1.066
Trình độ học vấn	0,044	0,589 ^{ns}	1.518	0,264	0,256 ^{ns}	1.275
Kinh nghiệm	0,073	0,048 ^{**}	5.906	-0,053	0,599 ^{ns}	2.155
Giới tính	-0,440	0,508 ^{ns}	1.401	-0,358	0,901 ^{ns}	1.143
Tham gia tập huấn	2,383	0,009 ^{***}	1.924	1,980	0,200 ^{ns}	1.208
Tham gia đoàn thể	-2,359	0,204 ^{ns}	1.508	-1,156	0,487 ^{ns}	1.270
Tiếp cận TBKT	6,087	0,000 ^{***}	2.194	4,567	0,0012 ^{**}	1.540
Diện tích canh tác	2,894	0,021 ^{**}	6.693	10,464	0,000 ^{***}	1.192
Tỷ lệ vốn tự có	-0,001	0,972 ^{ns}	5.051	0,005	0,914 ^{ns}	1.078
GTGT	3,655	0,000 ^{***}	2.264	13,094	0,000 ^{***}	1.385
Sig. F của mô hình			0,000			0,000
Hệ số R ² (%)			76,9			85,0
Durbin-Watson			1,809			1,915

Nguồn: Khảo sát 250 nông hộ trồng lúa tại An Giang, năm 2014

Ghi chú: *** khác biệt có ý nghĩa ở mức $\alpha = 1\%$; ** khác biệt có ý nghĩa ở mức $\alpha = 5\%$; * khác biệt có ý nghĩa ở mức $\alpha = 10\%$; ^{ns} không có ý nghĩa thống kê

Nông hộ nghèo

Dựa vào kết quả ở Bảng 5.60 cho thấy, các kiểm định của mô hình hồi quy đều được đảm bảo. Phân tích mô hình hồi quy của nhóm nông hộ nghèo cho kết quả như sau: (1) Mức ý nghĩa của quan sát Sig.F = 0,000 chứng tỏ mô hình hồi quy được thiết lập có ý nghĩa với mức ý nghĩa rất cao ($\alpha = 1\%$). (2) Hệ số R² điều chỉnh của mô hình là 76,9%, điều này chứng tỏ khả năng giải thích sự biến thiên của các biến độc lập lên biến phụ thuộc (thu nhập của nông hộ) trong mô hình là 76,9%. (3) Hệ số Durbin Watson của mô hình = 1,809 nằm trong khoảng từ 1 đến 3 chứng tỏ mô hình không có hiện tượng tự tương quan. (4) Hệ số phóng đại phương sai (VIF) của các biến nhỏ hơn so với 10

nên không có hiện tượng đa cộng tuyến. Dựa vào kết quả phân tích cho thấy trong số 11 biến độc lập đưa vào mô hình thì có 6 biến là có ý nghĩa, cụ thể biến TUOI, KINHNGHIEM, DIENTICH có ý nghĩa ở mức $\alpha = 5\%$, các biến tham gia TAPHUAN, tiếp cận TBKT và GTGT có ý nghĩa ở mức $\alpha = 1\%$. Các biến còn lại không có ý nghĩa thống kê.

Ta có mô hình sau:

$$\begin{aligned} \text{THUNHAP} = & -13,5094 + 0,001\text{TUOI} - 0,197\text{SOLD} + \\ & 0,044\text{TRINHDOHV} + 0,073\text{KINHNGHIEM} - 0,440\text{GIOITINH} + \\ & 2,383\text{TAPHUAN} - 2,359\text{DOANTHE} + 6,087\text{TBKT} + 2,894\text{DIENTICH} - \\ & 0,001\text{VONTUCO} + 3,655\text{GTGT} \end{aligned}$$

Đầu tiên biến TUOI có hệ số dương ở mức ý nghĩa 5% cho thấy ảnh hưởng tích cực của biến tuổi đến thu nhập từ trồng lúa của nhóm nông hộ nghèo, có nghĩa là khi độ tuổi càng cao thì thu nhập càng tăng. Cụ thể, khi tuổi của người sản xuất tăng/giảm 1 tuổi thì thu nhập từ trồng lúa cũng sẽ tăng/giảm 0,001 triệu đồng/năm, trong điều kiện các yếu tố khác không thay đổi. Thông thường, trong sản xuất nông nghiệp, số tuổi thường đi đôi với số năm kinh nghiệm. Hiện nay, tại An Giang phần lớn các nông hộ nghèo thường trồng lúa theo kinh nghiệm. Kinh nghiệm nhiều giúp họ giảm được rủi ro trong quá trình sản xuất như dự báo sâu bệnh, biết cách phòng trừ dịch bệnh cho cây lúa. Tuy nhiên, tuổi cao đôi khi trở thành rào cản của họ trong quá trình sản xuất lúa.

Biến KINHNGHIEM có sự tác động thuận chiều đến thu nhập từ trồng lúa của nông hộ, nghĩa là khi nông hộ có thêm/giảm đi 1 năm kinh nghiệm, trong điều kiện các yếu tố khác không đổi, thì thu nhập của họ tăng/giảm 0,073 triệu đồng/năm.

Biến tham gia TAPHUAN có tác động thuận chiều với thu nhập của nông hộ nghèo trồng lúa. Biến tham gia tập huấn có hệ số dương ở mức ý nghĩa 1% chứng tỏ rằng khi nông hộ nghèo có tham gia tập huấn thì thu nhập từ trồng lúa của nông hộ nghèo cũng tăng lên. Hay nói cách khác, khi số lần tham gia tập huấn của nông hộ nghèo tăng/giảm 1 đơn vị thì thu nhập của nông hộ nghèo sẽ được tăng/giảm 2,383 triệu đồng/năm. Việc tham gia các khóa tập huấn giúp nông hộ nâng cao kiến thức trong sản xuất, sử dụng hợp lý vật tư nông nghiệp, ứng dụng kỹ thuật tiên tiến, từ đó dẫn đến thu nhập được cải thiện.

Bên cạnh đó, biến tiếp cận TBKT có tác động thuận chiều với thu nhập của nông hộ. Biến Tiếp cận TBKT có hệ số dương ở mức ý nghĩa 1% chứng tỏ

rằng khi nông hộ có tham gia tập huấn thì thu nhập của nông hộ nghèo cũng tăng lên. Kết quả mô hình nghiên cứu cho thấy khi nông hộ nghèo có ứng dụng TBKT giúp tiết kiệm chi phí sản xuất, tăng năng suất, tăng chất lượng hạt lúa thì thu nhập từ trồng lúa của hộ tăng thêm 6,087 triệu đồng.

Biến DIENTICH đất trồng lúa có hệ số dương ở mức ý nghĩa 5% chứng tỏ rằng khi diện tích đất tăng thì thu nhập của nông hộ nghèo trồng lúa cũng tăng lên. Kết quả mô hình hồi quy, khi diện tích đất trồng lúa của nông hộ nghèo tăng/giảm 1 ha thì thu nhập của nông hộ nghèo tăng/giảm 2,894 triệu đồng. Điều này hoàn toàn phù hợp vì đất là tư liệu sản xuất quan trọng nhất của nông hộ, và như kết quả khảo sát trên, phần lớn nông hộ nghèo canh tác lúa trên diện tích đất nhỏ hẹp (nhỏ hơn 1ha). Do đó, khi diện tích đất tăng, sản lượng sản xuất nhiều hơn sẽ làm cho thu nhập của nông hộ nghèo tăng lên, trong điều kiện các yếu tố khác không thay đổi.

Biến GTGT ảnh hưởng thuận chiều đến thu nhập từ trồng lúa của nông hộ nghèo ở mức ý nghĩa 1%. Trong điều kiện các yếu tố khác không thay đổi, khi GTGT mà nông hộ nghèo tạo ra tăng/giảm 1 triệu đồng/tấn thì thu nhập của nông hộ nghèo sẽ tăng/giảm 3,655 triệu đồng/năm.

Tóm lại, qua mô hình hồi quy, chúng ta thấy được khi các yếu tố: tuổi, kinh nghiệm sản xuất, tham gia tập huấn, ứng dụng TBKT, diện tích đất canh tác và giá trị gia tăng được tạo ra tăng sẽ ảnh hưởng thuận chiều làm cho thu nhập của nông hộ nghèo trồng lúa ở An Giang tăng lên.

Nông hộ không nghèo

Từ kết quả Bảng 5.60, ta có mô hình nghiên cứu sau:

$$\begin{aligned} \text{THUNHAP} = & -67,285 + 0,003\text{TUOI} - 1,659\text{SOLD} + \\ & 0,264\text{TRINHDOHV} - 0,053\text{KINHNGHIEM} - 0,358\text{GIOITINH} + \\ & 1,980\text{TAPHUAN} - 1,156\text{DOANTHE} + 4,567\text{TBKT} + 10,4464\text{DIENTICH} + \\ & 0,005\text{VONTUCO} + 13,094\text{GTGT} \end{aligned}$$

Phân tích mô hình hồi quy ở nông hộ không nghèo cho kết quả như sau: (1) Mức ý nghĩa của quan sát Sig.F = 0,000 chứng tỏ mô hình hồi quy được thiết lập có ý nghĩa với mức ý nghĩa rất cao ($\alpha = 1\%$). (2) Hệ số R^2 điều chỉnh của mô hình là 85%, điều này chứng tỏ khả năng giải thích sự biến thiên của các biến độc lập lên biến phụ thuộc (thu nhập của nông hộ) trong mô hình là 85%. (3) Hệ số Durbin Watson của mô hình là 1,915 nằm trong khoảng từ 1 đến 3 chứng tỏ mô hình không có hiện tượng tự tương quan. (4) Hệ số phóng đại phương sai (VIF) của các biến nhỏ hơn so với 10 nên không có hiện tượng đa cộng tuyến. Dựa vào kết quả phân tích cho thấy trong số 11 biến độc lập

đưa vào mô hình thì có 5 biến là có ý nghĩa, cụ thể biến SOLD và tiếp cận TBKT có ý nghĩa ở mức $\alpha = 5\%$, biến TUOI, DIENTICH đất sản xuất và GTGT có ý nghĩa ở mức $\alpha = 1\%$. Các biến còn lại không có ý nghĩa thống kê.

Ở mức ý nghĩa 5%, biến SOLD có tác động nghịch chiều với thu nhập từ trồng lúa của nông hộ không nghèo, nghĩa là khi số người tham gia trồng lúa trong hộ tăng/giảm 1 người thì thu nhập sẽ bị giảm/tăng 1,659 triệu đồng/năm. Hiện nay ở An Giang tỷ lệ cơ giới hóa đồng ruộng đạt mức xấp xỉ 100% đã góp phần giảm số nhân khẩu tham gia trồng lúa. Ngoài ra, chi phí thuê máy móc thấp hơn chi phí thuê nhân công. Vì thế, khi số nhân khẩu trong gia đình tăng thêm một người cho hoạt động trồng lúa sẽ làm cho chi phí sản xuất của nông hộ tăng lên. Từ đó, thu nhập bị ảnh hưởng và có xu hướng giảm xuống.

Biến TUOI có tác động thuận chiều đến thu nhập từ trồng lúa của nông hộ, nghĩa là khi tuổi của nông hộ tăng/giảm 1 thì thu nhập ròng sẽ tăng thêm 0,003 triệu đồng/năm.

Biến ứng dụng TBKT có hệ số dương, thể hiện ảnh hưởng thuận chiều đến thu nhập của nông hộ không nghèo trồng lúa. Việc ứng dụng TBKT vào trong sản xuất giúp nông hộ giảm giá thành, tăng năng suất, từ đó góp phần tăng lợi nhuận. Cụ thể khi nông hộ không nghèo có/không áp dụng TBKT thì thu nhập tăng/giảm 4,567 triệu đồng/năm, trong điều kiện các yếu tố khác không thay đổi.

Bên cạnh đó, biến DIENTICH và GTGT cũng ảnh hưởng thuận chiều đến thu nhập từ trồng lúa của nông hộ. Trong điều kiện các yếu tố khác không đổi, khi diện tích đất trồng lúa tăng/giảm 1 ha thì thu nhập của nông hộ không nghèo tăng/giảm 10,464 triệu đồng/năm. Khi nông hộ không nghèo tăng diện tích đất sẽ mở rộng quy mô sản xuất, tiết kiệm chi phí cũng như thuận tiện khi tham gia sản xuất liên kết với doanh nghiệp. Điều này sẽ giúp thu nhập từ trồng lúa của nông hộ tăng lên. Và biến GTGT là nhân tố tác động làm thu nhập của hộ tăng thêm 13,094 triệu đồng/năm.

Như vậy, với mô hình hồi quy đã phân tích cho hai nhóm nông hộ nghèo và không nghèo tại tỉnh An Giang, chúng ta thấy rằng thu nhập từ trồng lúa của họ đều chịu sự tác động thuận chiều của các yếu tố: tuổi, ứng dụng tiên bộ kỹ thuật, diện tích đất sản xuất và giá trị gia tăng với mức độ tác động khác nhau đến từng nhóm nông hộ. Bên cạnh đó, nhóm nông hộ nghèo còn chịu sự tác động mạnh của yếu tố tham gia các lớp tập huấn kỹ thuật. Điều này hoàn toàn phù hợp với thực trạng không tham dự tập huấn của nông hộ nghèo trên địa bàn tỉnh An Giang tại thời điểm khảo sát.

5.6 PHÂN TÍCH RỦI RO CỦA CÁC TÁC NHÂN THAM GIA CHUỖI GIÁ TRỊ GẠO TỈNH AN GIANG

Trong quá trình tham gia chuỗi giá trị gạo tại tỉnh An Giang, các tác nhân đều gặp 7 loại rủi ro (do thời tiết- khí hậu, do thảm họa thiên nhiên, do ô nhiễm môi trường, do thị trường, do cơ sở hạ tầng và hậu cần, do quản lý, do chính sách và thể chế) với các mức độ ảnh hưởng khác nhau.

Bảng 5. 61: Ảnh hưởng của các loại rủi ro đến các tác nhân tham gia chuỗi giá trị gạo tỉnh An Giang

<i>Các loại rủi ro</i>	<i>Nông dân</i>	<i>Thương lái</i>	<i>NMXX</i>	<i>CTLT</i>	<i>Đại lý</i>
Do thời tiết	Cao	Trung bình	Trung bình	Cao	Thấp
Do thảm họa	Thấp	Thấp	Thấp	Thấp	Thấp
Do môi trường	Thấp	Thấp	Thấp	Trung bình	Thấp
Do thị trường	Cao	Cao	Cao	Cao	Cao
Do hậu cần	Thấp	Thấp	Thấp	Trung bình	Thấp
Do quản lý	Thấp	Thấp	Thấp	Cao	Thấp
Do chính sách	Thấp	Thấp	Trung bình	Cao	Thấp

Nguồn: Tác giả tự tổng hợp từ thảo luận nhóm nông hộ và ý kiến chuyên gia, năm 2014

Đối với loại rủi ro do thời tiết, khí hậu, chúng ta thấy các tác nhân tham gia chuỗi giá trị gạo tại tỉnh An Giang đều bị ảnh hưởng với mức độ tác động từ thấp đến cao. Nông dân trồng lúa và công ty lương thực là những tác nhân chịu mức độ ảnh hưởng cao từ loại rủi ro này. Trong quá trình sản xuất lúa, thời tiết nắng hay mưa có sự ảnh hưởng rất lớn đến sản lượng và năng xuất. Đến khi thu hoạch, thời tiết ảnh hưởng đến chất lượng hạt lúa. Trời mưa nhiều, liên tục làm lúa ngã rạp nên nông hộ phải thuê nhân công cắt lúa bằng tay thay vì bằng máy nên chi phí tăng lên. Độ ẩm cao làm lúa dễ ẩm mốc cũng như giá bán bị giảm. Thương lái và nhà máy xay xát chịu sự tác động trung bình của thời tiết, bởi họ có những phương tiện, thiết bị giúp giảm sự ảnh hưởng này. Trong khi đó, đại lý là tác nhân ít chịu sự ảnh hưởng nhất của rủi ro do thời tiết.

Các tác nhân tham gia chuỗi giá trị gạo ít bị ảnh hưởng bởi rủi ro do thảm họa từ thiên nhiên. Hệ thống đê điều được xây dựng trong thời gian gần đây càng giúp nông dân tránh bị tác động của lũ lụt trong quá trình trồng lúa.

Trong các loại rủi ro, rủi ro do thị trường có sự tác động mạnh nhất đến tất cả tác nhân tham gia chuỗi. Những biến động về giá, số lượng, chủng loại, chất lượng đều ảnh hưởng đến doanh thu và lợi nhuận của mỗi tác nhân. Kết quả nghiên cứu cho thấy phần lớn gạo được xuất khẩu nên rủi ro từ thị trường nước ngoài là ở mức cao. Vì thế, khi công ty lương thực gặp rủi ro thị trường sẽ tác động dây chuyền đến các tác nhân khác trong chuỗi.

Ngoài ra, đối với hai loại rủi ro do quản lý và do chính sách, công ty lương thực là tác nhân có mức độ bị ảnh hưởng cao. Những chính sách, thể chế này không chỉ từ chính phủ Việt Nam mà còn từ các quốc gia nhập khẩu gạo của công ty. Bất kỳ sự thay đổi nào của chính sách mà công ty bắt buộc phải thực hiện trong quá trình sản xuất kinh doanh của mình đều tiềm ẩn rủi ro. Bên cạnh đó, để đáp ứng tiêu chí được phép xuất gạo của Việt Nam, các công ty lương thực đa số đều có quy mô lớn. Do đó, những quyết định chưa hợp lý trong công tác quản lý mang đến rủi ro cao cho doanh nghiệp.

*** Tóm tắt mục tiêu nghiên cứu thứ hai và thứ ba:**

Một số kết luận có được sau khi luận án thực hiện mục tiêu hai và mục tiêu ba là:

Thứ nhất, chuỗi giá trị gạo tỉnh An Giang bao gồm các tác nhân là nông hộ trồng lúa, thương lái, nhà máy xay xát, công ty lương thực và đại lý. Nhóm nông hộ nghèo có 6 kênh thị trường (bao gồm 4 kênh nội địa và 2 kênh xuất khẩu); nông hộ không nghèo có 11 kênh thị trường (trong đó có 7 kênh nội địa và 4 kênh xuất khẩu); và nhóm nông hộ liên kết chỉ có 2 kênh. Kết quả kiểm định ở mức ý nghĩa $\alpha=5\%$ cho thấy có sự khác biệt về giá bán, giá trị gia tăng và giá trị gia tăng thuần giữa hai nhóm nông hộ trồng lúa. Nhóm nông hộ nghèo đạt giá trị gia tăng và giá trị gia tăng thuần thấp hơn so với giá trị gia tăng và giá trị gia tăng thuần của nhóm nông hộ không nghèo tại thời điểm khảo sát.

Thứ hai, giá trị gia tăng được tạo ra ở mỗi kênh thị trường có giá trị khác nhau và có sự chênh lệch trong phân phối giá trị gia tăng và giá trị gia tăng thuần giữa các tác nhân. Nhìn chung, nông hộ trồng lúa tại An Giang, dù thuộc nhóm hộ nghèo hay không nghèo, đều đạt được giá trị gia tăng thuần cao nhất trong các tác nhân về số tuyệt đối lẫn số tương đối. Tuy nhiên, nông hộ nghèo chưa đạt được mục tiêu “có lãi trên 30% so với giá thành sản xuất” của Nghị quyết 63 đã đề ra.

Thứ ba, nhóm nông hộ không nghèo đóng góp 94% tổng sản lượng của chuỗi giá trị gạo tỉnh An Giang trong năm 2014. Điều này có nghĩa là nhóm nông hộ nghèo có tham gia vào chuỗi giá trị gạo nhưng với tỷ trọng rất ít. Nhìn chung, nông hộ nghèo chỉ tham gia vào những kênh thị trường mà đối tác tiêu thụ lúa là thương lái.

Thứ tư, trong điều kiện chi phí trung gian, chi phí tăng thêm không thay đổi, khi giá bán giảm làm cho giá trị gia tăng và giá trị gia tăng thuần của hai nhóm nông hộ nghèo và không nghèo đều bị giảm theo. Giá bán giảm từ mức

20% trở về sau làm cho nông hộ nghèo bị lỗ. Ngược lại, khi giá bán tăng thì lợi nhuận/kg của hai nhóm nông hộ được tăng lên so với lợi nhuận/kg lúc đầu.

Thứ năm, sự thay đổi của chi phí trung gian có tác động nghịch chiều đến giá trị gia tăng và giá trị gia tăng thuần của các nhóm nông hộ được khảo sát, với điều kiện giá bán không thay đổi. Khoảng cách chênh lệch về giá trị gia tăng và lợi nhuận/kg của hai nhóm nông hộ nghèo và không nghèo càng được thu hẹp khi chi phí trung gian giảm với tỷ lệ ngày càng tăng cao. Trong trường hợp ngược lại, chi phí trung gian càng tăng làm cho lợi nhuận/kg của hai nhóm nông hộ càng giảm. Tuy nhiên, nông hộ nghèo sẽ bị lỗ khi chi phí trung gian tăng từ mức 50%, trong khi khả năng bị lỗ của nhóm nông hộ không nghèo rất khó xảy ra dù chi phí trung gian tăng cao.

Thứ sáu, thu nhập từ trồng lúa của nông hộ nghèo bị ảnh hưởng thuận chiều bởi các yếu tố: tuổi, kinh nghiệm sản xuất, tham gia tập huấn, ứng dụng tiến bộ kỹ thuật, diện tích đất canh tác và giá trị gia tăng. Trong khi đó, thu nhập của nhóm không nghèo bị tác động nghịch chiều của yếu tố số nhân khẩu tham gia trồng lúa trong gia đình và bị tác động thuận chiều bởi các yếu tố tuổi, tiến bộ kỹ thuật, diện tích và giá trị gia tăng.

5.7 GIẢI PHÁP NÂNG CAO GIÁ TRỊ GIA TĂNG SẢN PHẨM GẠO GÓP PHẦN NÂNG CAO THU NHẬP CHO NÔNG HỘ NGHÈO TRỒNG LÚA TẠI TỈNH AN GIANG

5.7.1 Cơ sở đề xuất giải pháp

Kết quả nghiên cứu cho thấy có sự khác biệt giữa các nhóm nông hộ trồng lúa trong chuỗi giá trị gạo tại tỉnh An Giang về những điểm sau:

Số vụ sản xuất lúa trung bình/ năm của nhóm nông hộ nghèo là 2 vụ, trong khi nhóm nông hộ không nghèo là 3 vụ. Giống lúa trồng của nhóm nông hộ nghèo chủ yếu là giống lúa thường IR50404 (chiếm 95,7%), trong khi đó nhóm không nghèo trồng các giống lúa cao sản có chất lượng tốt như OM4218 và OM6976 (66,7%). Nguồn gốc lúa giống được nông hộ nghèo mua ở các cơ sở sản xuất giống tại địa phương (61,4%). Đối với nông hộ không nghèo có 45,6% hộ được doanh nghiệp liên kết sản xuất cung ứng lúa giống và 27,8% hộ mua lúa giống tại cơ sở địa phương.

Nông hộ nghèo trồng lúa chủ yếu dựa vào kinh nghiệm và 97,1% hộ đã không áp dụng tiến bộ kỹ thuật vào trong quá trình sản xuất. Trong khi đó, nông hộ không nghèo có liên kết sản xuất được đội ngũ cán bộ của doanh nghiệp tập huấn, tư vấn, hỗ trợ kỹ thuật trong suốt mùa vụ. Do không có tài sản nên 64,3% nhóm nông hộ nghèo sử dụng nguồn vốn của gia đình đầu tư

cho sản xuất lúa, và không có hộ nào vay vốn từ ngân hàng. Trong khi đó, nông hộ không nghèo vừa vay nguồn vốn từ ngân hàng (chiếm 10,6%), vừa sử dụng vốn gia đình (8,9%).

Diện tích trồng lúa trung bình của nông hộ nghèo khá nhỏ (0,62 ha/hộ) so với diện tích trồng lúa trung bình của nông hộ không nghèo là 2,58 ha/hộ. Có 74,3% hộ nghèo được khảo sát có diện tích đất trồng lúa nhỏ hơn 1ha. Bên cạnh đó, mức độ tiếp cận thông tin thị trường của nông hộ nghèo ở mức thấp (chiếm tỷ lệ 28,6%) và trung bình (52,9%). Nông hộ không nghèo có mức tiếp cận thông tin thị trường ở mức trung bình (41,1%), cao (43,9%) và rất cao (12,8%).

Thương lái là đối tác tiêu thụ lúa duy nhất của nông hộ nghèo trồng lúa, trong khi đó nông hộ không nghèo có thể bán lúa cho nhiều đối tác như: doanh nghiệp liên kết (58,9%), thương lái (38,3%) và nhà máy xay xát (2,8%). Chi phí sản xuất lúa của nông hộ nghèo là 3.857 đồng/kg, cao hơn chi phí sản xuất của nông hộ không nghèo (3.534 đồng/kg lúa), trong khi giá bán lúa cho thương lái của hai nhóm nông hộ là bằng nhau (4.775 đồng/kg). Ngoài ra, khi bán lúa cho doanh nghiệp liên kết hay nhà máy xay xát, nông hộ không nghèo có giá bán cao hơn so với giá bán cho thương lái.

Hai nhóm nông hộ trồng lúa có hiệu quả kỹ thuật đạt mức tương đối tốt. Tuy nhiên, có sự khác biệt về hiệu quả phân phối nguồn lực và hiệu quả chi phí giữa hai nhóm nông hộ. Nhóm nông hộ nghèo trồng lúa có hiệu quả phân phối và hiệu quả chi phí đạt mức trung bình (trong trường hợp không thay đổi theo quy mô) và mức tương đối khá (khi thay đổi theo quy mô). Hộ nghèo vẫn còn khả năng tăng quy mô để có thể đạt hiệu quả sản xuất tối ưu trong thời gian sắp tới.

Nông hộ nghèo trồng lúa tham gia vào 4 kênh tiêu thụ gạo nội địa và 2 kênh xuất khẩu. Nông hộ không nghèo tham gia 7 kênh nội địa và 4 kênh xuất khẩu. Với những kênh thị trường giống nhau, giá trị gia tăng thuần của hộ nghèo (1.349 đồng/kg) luôn thấp hơn giá trị gia tăng thuần của hộ không nghèo (1.824 đồng/kg). Và tại những kênh thị trường chỉ nhóm nông hộ nghèo có do nhóm này tham gia mô hình sản xuất liên kết hay bán lúa cho nhà máy xay xát, họ có giá trị gia tăng thuần từ 2.558 đến 2.568 đồng/kg. Thu nhập từ trồng lúa của cả hai nhóm nông hộ đều chịu sự tác động thuận chiều của các yếu tố như ứng dụng tiến bộ kỹ thuật trong sản xuất, diện tích đất canh tác và giá trị gia tăng.

Phân tích kinh tế chuỗi giá trị gạo tỉnh An Giang cho thấy sản lượng lúa do nhóm nông hộ nghèo sản xuất chỉ chiếm một tỷ trọng rất nhỏ (6,0%) trong tổng sản lượng lúa của toàn tỉnh. Chuỗi gạo xuất khẩu đã đóng góp 75,4% tổng lợi nhuận và 73,8% tổng doanh thu của chuỗi giá trị gạo tỉnh An Giang tại thời điểm khảo sát.

Mối liên kết dọc giữa các tác nhân trong chuỗi giá trị gạo tỉnh An Giang mang tính lỏng lẻo, chủ yếu dựa trên mối quan hệ quen biết nhau. Những nông hộ trồng lúa tham gia mô hình liên kết với doanh nghiệp thì mối quan hệ có tính chất chính thống thông qua hợp đồng. Ngoài ra, hầu như không tồn tại mối liên kết ngang trong cùng một nhóm tác nhân với nhau.

5.7.2 Giải pháp góp phần nâng cao thu nhập của nông hộ nghèo trồng lúa

5.7.2.1 Trường hợp nông hộ nghèo sản xuất riêng lẻ

(1) Canh tác 2 vụ lúa/năm

Nông hộ nghèo nên tiếp tục sản xuất 2 vụ lúa/năm (thay vì tăng 3 vụ/năm) nhằm: *thứ nhất*, giảm hoàn toàn chi phí sản xuất một vụ lúa; *thứ hai*, ruộng đất được nghỉ ngơi để tái tạo độ phì, giảm áp lực thời vụ, giảm sâu bệnh trên đồng; *thứ ba*, có thời gian nông nhàn để các thành viên trong hộ có thể đi làm dịch vụ, chăn nuôi... tăng thêm thu nhập cho gia đình. Bên cạnh đó, nông hộ nghèo có thể lựa chọn sản xuất luân canh cây trồng, nghĩa là họ trồng 2 vụ lúa-1 vụ màu, hoặc 1 vụ lúa-1 vụ màu-1 vụ lúa. Là nông hộ nhỏ nên sản lượng cây màu không nhiều nên sản phẩm có thể được tiêu thụ tại địa bàn. Hơn nữa, việc luân canh cây trồng giúp nông hộ đa dạng sản phẩm, cải tạo đất, cải thiện thu nhập, giảm áp lực tiêu thụ lúa, giảm rủi ro thị trường do nguồn cung lúa tăng.

(2) Lựa chọn giống lúa phù hợp

Các nông hộ nghèo đa số chọn giống lúa thường IR50404 để sản xuất vì giống lúa này vừa phù hợp thổ nhưỡng vừa có chi phí đầu tư thấp hơn so các giống lúa khác. Những điều này phù hợp với điều kiện canh tác của nông hộ nghèo. Bên cạnh đó, giá mua lúa chất lượng cao trong thời gian qua chỉ cao hơn từ 100-200 đồng so với giá mua lúa IR50404 nên chưa đủ tạo động lực cho nông dân chuyển sang canh tác giống lúa khác. Bên cạnh đó, đây cũng là giống lúa được xuất khẩu phần lớn qua thị trường Trung Quốc bằng đường tiểu ngạch nên khả năng phụ thuộc thị trường và mức độ rủi ro khá cao. Đối với thời gian ngắn trước mắt, nông hộ nghèo vẫn có thể duy trì sản xuất giống lúa này nhưng phải đảm bảo thấp hơn mức 20% cho phép.

Tuy nhiên, với mục tiêu xây dựng thương hiệu lúa gạo Việt Nam đến năm 2030, việc thay đổi và đa dạng thị trường xuất khẩu gạo sẽ làm cho thị trường tiêu thụ nhóm sản phẩm lúa gạo thường, chất lượng thấp ngày càng khó khăn. Điều này làm ảnh hưởng đến giá cả và thu nhập của hộ nghèo. Bên cạnh đó, về mặt khoa học, giống lúa IR50404 không còn những ưu điểm như lúc đầu. Do đó, trong dài hạn, nông hộ nghèo cần thay đổi giống lúa thường bằng cách chuyển sang canh tác những giống lúa có chất lượng cao, có nhiều ưu điểm hơn giống IR50404 và được thị trường nội địa lẫn xuất khẩu chấp nhận, mang lại giá trị cao hơn mặc dù trên diện tích nhỏ.

(3) Nâng cao chất lượng lúa giống đầu vào

Nông hộ nghèo mua lúa giống tại các cơ sở sản xuất giống tại địa phương, mua từ hàng xóm hay bản thân nông hộ để lại lúa giống từ vụ trước. Vì thế, những giống lúa này thường có chất lượng không cao, dễ nhiễm bệnh nên nông dân phải sử dụng lượng lúa giống và vật tư nông nghiệp nhiều hơn. Điều này đã ảnh hưởng lớn đến sản lượng, năng suất, nhất là giảm lợi nhuận vì chi phí cao và chất lượng hạt lúa khi thu hoạch chưa tốt. Do đó, để cải thiện được thu nhập từ nghề trồng lúa, nông hộ nghèo cần chọn mua lúa giống xác nhận ở những cơ sở cung cấp giống có uy tín, nhằm giảm lượng giống gieo xạ, ít sâu bệnh, ít chi phí và đảm bảo năng suất, từ đó nông dân sẽ bán dễ, giá cao, có kinh tế hơn.

(4) Chủ động tiếp cận tiến bộ kỹ thuật trong canh tác lúa

Các nông hộ nghèo trồng lúa chủ yếu dựa vào kinh nghiệm. Đa số nhóm nông hộ đã không ứng dụng tiến bộ kỹ thuật trong sản xuất, trong khi kết quả phân tích phương trình hồi quy cho thấy việc ứng dụng tiến bộ kỹ thuật sẽ làm cho thu nhập từ trồng lúa của nông hộ nghèo tăng lên. Vì thế, để nâng cao thu nhập, nông hộ nghèo nên chủ động cập nhật thông tin, chủ động tiếp cận các phương thức sản xuất mới bằng cách thường xuyên xem các chương trình khuyến nông trên truyền hình, đài phát thanh; tích cực tham gia các buổi tập huấn kỹ thuật tại địa phương; tham gia và gắn kết với Hội nông dân để có nhiều cơ hội trao đổi thông tin giữa các thành viên với nhau. Nông hộ nghèo nên mạnh dạn thay đổi phương thức sản xuất mới, tiên tiến so với phương thức sản xuất truyền thống để nâng cao sản lượng, năng suất và chất lượng hạt lúa.

Bên cạnh sự chủ động của bản thân, nhóm nông hộ nghèo rất cần nhận được sự quan tâm, nhiệt tình và tận tâm đặc biệt từ cán bộ khuyến nông, Hội nông dân, tổ hợp tác, chính quyền địa phương trong quá trình hướng dẫn các mô hình sản xuất, các kỹ thuật canh tác mới. Cán bộ nông nghiệp cần tư vấn

nông hộ nghèo cách sử dụng phân bón, thuốc trừ sâu về loại, liều, lượng hợp lý, hiệu quả và tiết kiệm nhất.

(5) Nâng cao khả năng tiếp cận nguồn vốn

Nông hộ nghèo gặp rất nhiều khó khăn trong quá trình canh tác lúa do không có vốn hay hạn chế về vốn. Thiếu vốn dẫn đến việc nông hộ nghèo thường mua thiếu chịu vật tư nông nghiệp từ các đại lý nên chi phí sản xuất tăng lên do trả lãi cuối vụ cao. Vì thế, nông hộ nghèo cần chủ động, chịu khó nắm bắt thông tin về chính sách ưu đãi dành cho hộ nghèo cũng như các chương trình xóa đói giảm nghèo của Chính phủ, các quỹ hỗ trợ, tài trợ, cung cấp tín dụng từ các tổ chức phi chính phủ để tăng khả năng tiếp cận các nguồn vốn này. Ngoài ra, khuyến khích các nông hộ nghèo tham gia vào các hợp tác xã, tổ hợp tác để giúp họ có thêm điều kiện tiếp cận nguồn vốn hỗ trợ nhau từ các thành viên của tổ chức.

(6) Tăng cường hợp tác, liên kết trong sản xuất

Nông hộ nghèo trồng lúa với diện tích đất nhỏ, hẹp, manh mún và sản xuất riêng lẻ nên đã gặp nhiều khó khăn trong quá trình sản xuất và tiêu thụ sản phẩm. Vì thế, nông hộ nghèo cần đẩy mạnh sự liên kết, hợp tác với nhau bằng cách tham gia vào các hợp tác xã nông nghiệp, tổ hợp tác. Việc tham gia các tổ chức này giúp nông hộ nghèo giảm được chi phí sản xuất do họ được hưởng lợi trực tiếp từ việc giảm phí dịch vụ (bơm tưới tiêu nước, nhân giống lúa, dịch vụ nông nghiệp...) cung cấp cho các xã viên. Mặt khác, khi liên kết lại với nhau, những nông hộ nhỏ lẻ sẽ có quy mô lớn hơn. Vì vậy, các tổ chức này sẽ đại diện liên kết với các công ty cung ứng phân, thuốc, giống ... với số lượng lớn, giá gốc, chất lượng tốt, và tổ chức này cũng sẽ được hưởng hoa hồng từ công ty cung ứng. Khi nông hộ nghèo là xã viên thì lợi tức từ hoa hồng này cũng được chia sẻ cho họ. Từ đó, giúp nâng cao thu nhập cho hộ nghèo trồng lúa một cách ổn định.

Kết hợp việc sản xuất liên kết như trên và xây dựng các mối quan hệ xã hội để tìm thêm đối tác tiêu thụ lúa ngoài đối tác thương lái. Việc đa dạng đối tác giúp nông hộ nghèo giảm rủi ro phụ thuộc thương lái trong quá trình tiêu thụ, bán lúa cho nhiều đối tượng sẽ có mức giá cạnh tranh hơn, góp phần cải thiện giá bán lúa, tăng thu nhập cho nông hộ nghèo.

(7) Chủ động nâng cao khả năng tiếp cận thị trường

Hiện nay, các địa phương đều có hợp tác xã, tổ hợp tác, Hội nông dân, câu lạc bộ khuyến nông. Nông hộ nghèo cần tích cực, chủ động tiếp cận thông tin từ các nguồn này để luôn có được tin tức mới nhất về thị trường. Truyền

hình, phát thanh, báo chí cũng là kênh truyền thông quan trọng, đáng tin cậy mà nông hộ nghèo cần khai thác để tăng kiến thức của mình liên quan đến tình hình sản xuất- tiêu thụ lúa gạo cũng như các chính sách liên quan đến người nghèo (tín dụng cho hộ nghèo, chính sách trợ cấp hộ nghèo). Bên cạnh đó, hàng xóm là một trong những nguồn cung cấp thông tin thị trường mà nông hộ nghèo cần lắng nghe và tham khảo. Việc tích cực tham gia các đoàn thể tại địa phương sẽ giúp nông hộ nghèo có cơ hội mở rộng mối quan hệ và tăng sự trao đổi thông tin với nhau.

Ngoài ra, nông hộ nghèo cần quan tâm đến việc xây dựng mối quan hệ thân thiết, lâu dài với thương lái- thị trường tiêu thụ sản phẩm duy nhất của hộ nghèo trồng lúa. Nông hộ nên lưu giữ số điện thoại của thương lái, thỉnh thoảng thăm hỏi nhau, chủ động trao đổi với thương lái về thông tin thị trường như giá cả, loại lúa mà doanh nghiệp cần, từ đó có quyết định cung cấp đúng nhu cầu. Xây dựng được mối quan hệ thân thiết với thương lái sẽ giúp nông hộ nghèo tránh lúng túng, bị động và bị thiệt hại về giá cả khi đến vụ thu hoạch. Ngoài ra, thương lái cũng là một kênh rất quan trọng về thông tin thị trường mà nông hộ nghèo cần tranh thủ khai thác.

(8) Giảm chi phí sản xuất một cách hợp lý, hiệu quả

Mua chịu vật tư nông nghiệp, sử dụng chưa hiệu quả phân bón, canh tác theo phương thức truyền thống là những nguyên nhân làm cho chi phí sản xuất lúa của nông hộ nghèo cao hơn so với nhóm nông hộ không nghèo. Vì thế, giảm chi phí sản xuất hợp lý, hiệu quả sẽ góp phần nâng cao giá trị gia tăng và cải thiện thu nhập cho hộ nghèo.

Muốn đạt được điều này, nông hộ nghèo phải chủ động tiếp cận các nguồn vốn hỗ trợ từ chính quyền địa phương để có thể giảm chi phí từ việc mua chịu vật tư nông nghiệp khi sản xuất. Nông hộ nghèo cần ứng dụng các tiến bộ kỹ thuật trong quá trình sản xuất để vừa nâng cao hiệu quả sản xuất, vừa sử dụng hiệu quả và hợp lý về loại, liều, lượng phân bón và thuốc bảo vệ thực vật (tránh sử dụng dư thừa liều, lượng thuốc, phân bón dựa trên kinh nghiệm như trong thời gian qua). Sử dụng hợp lý vật tư nông nghiệp sẽ làm giảm chi phí sản xuất, đồng thời giảm tác hại đến môi trường sống của người dân.

5.7.2.2 Trường hợp nông hộ nghèo sản xuất theo mô hình liên kết

Để nông hộ nghèo có cơ hội tham gia “Cánh đồng lớn” thì điều kiện đầu tiên, nông hộ nghèo phải có tinh thần hợp tác và trở thành xã viên của hợp tác xã hay thành viên của tổ hợp tác, bởi vì doanh nghiệp liên kết không ký

hợp đồng liên kết sản xuất và tiêu thụ sản phẩm trực tiếp với từng nông dân mà hợp đồng được ký kết giữa doanh nghiệp với trung gian hay đại diện của nông dân là hợp tác xã hay tổ hợp tác

Việc sản xuất theo chuỗi liên kết với nhau thành quy mô lớn, nông hộ nghèo sẽ có thêm tiếng nói chung mạnh hơn, có tổ chức đại diện nông dân đứng ra để đàm phán trong việc mua vật tư, và đàm phán giá bán lúa sẽ mạnh hơn, sẽ nhận được sự quan tâm của chính quyền địa phương nhiều hơn, từ đó sẽ thuận lợi hơn trong sản xuất và tiêu thụ.

Tham gia mô hình “Cánh đồng lớn”, nông hộ nghèo sẽ giảm được chi phí đầu vào cũng như đầu ra nhờ giảm bớt các khâu trung gian trong việc cung ứng giống, phân bón, thuốc bảo vệ thực vật; giảm chi phí nhờ áp dụng đúng quy trình kỹ thuật; giảm chi phí nhờ việc tổ chức lại sản xuất theo quy mô lớn; giảm chi phí trong khâu thu hoạch và tiêu thụ. Từ đó, thu nhập của nông hộ nghèo được nâng cao. Tuy nhiên, để việc tham gia mô hình mang tính ổn định, lâu dài thì nông hộ nghèo cần phải:

Nhận thức được lợi ích về nhiều mặt khi cùng liên kết sản xuất theo mô hình “Cánh đồng lớn” để từ đó tự nguyện tham gia. Và khi tham gia mô hình, nông hộ nghèo cần có tinh thần hợp tác với doanh nghiệp, tuân thủ những điều khoản cam kết trong hợp đồng.

Tích cực tham gia các lớp bồi dưỡng tập huấn về kỹ thuật chọn, nhân, sản xuất giống; an toàn vệ sinh thực phẩm; an toàn lao động; kỹ thuật canh tác “1 phải 5 giảm”; kỹ thuật canh tác giảm phát khí thải nhà kính; các quy trình sản xuất, bón phân, sử dụng thuốc bảo vệ thực vật; kỹ thuật sản xuất mới, ứng dụng công nghệ mới, công nghệ cao....

Tuân thủ và thực hiện những yêu cầu của doanh nghiệp liên kết như sử dụng lúa giống do doanh nghiệp cung cấp, ứng dụng kỹ thuật sản xuất theo hướng dẫn của cán bộ thuộc doanh nghiệp liên kết, rèn luyện thói quen ghi chép nhật ký sản xuất.

5.7.3 Giải pháp góp phần nâng cao giá trị gia tăng sản phẩm gạo tỉnh An Giang

5.7.3.1 Giải pháp đối với nông hộ trồng lúa

Đa số nhóm nông hộ không nghèo trồng các giống lúa có chất lượng cao. Những giống lúa này có khả năng đáp ứng nhu cầu thị trường xuất khẩu khó tính. Tuy nhiên, để đảm bảo chất lượng hạt lúa, nông hộ (không tham gia mô

hình liên kết) cần chọn mua lúa giống ở những cơ sở có uy tín, có quy trình sản xuất lúa giống theo tiêu chuẩn quy định của các ban ngành có liên quan.

Phần lớn nông dân trồng lúa hiện nay (ngoại trừ nhóm nông hộ sản xuất liên kết) canh tác chủ yếu dựa vào kinh nghiệm. Do đó, thuốc bảo vệ thực vật và phân bón thường được sử dụng không đúng về nồng độ, lượng dung dịch, loại thuốc. Điều này đã làm chi phí sản xuất cao và ảnh hưởng lớn đến chất lượng sản phẩm (nguy cơ cao tồn dư thuốc bảo vệ thực vật). Vì thế, nông hộ phải nhận thức được điều này, chủ động, tích cực tham gia các khóa tập huấn để sử dụng thuốc và phân bón đúng loại, đúng liều. Từ đó, góp phần nâng cao chất lượng hạt lúa làm ra và hạn chế ảnh hưởng không tốt đến môi trường sản xuất và môi trường sống. Sử dụng vật tư nông nghiệp hiệu quả, hợp lý giúp nông hộ giảm chi phí trung gian, từ đó góp phần tăng lợi nhuận đạt được.

Nhận thức được xu hướng và lợi ích của việc sản xuất liên kết trong thời gian sắp đến, nông hộ nên tự nguyện tham gia vào hợp tác xã, tổ hợp tác để có cơ hội thực hiện hoạt động liên kết sản xuất với doanh nghiệp. Việc tham gia mô hình liên kết mang đến nhiều lợi ích cho nông hộ như: được cung ứng giống xác nhận, đảm bảo chất lượng; được cung cấp phân bón, thuốc bảo vệ thực vật chất lượng, giá cả hợp lý; được hướng dẫn cách sử dụng hiệu quả các yếu tố đầu vào. Từ đó góp phần giảm chi phí đầu vào, tiết kiệm nước, bảo vệ môi trường và nâng cao giá trị sản phẩm.

5.7.3.2 Giải pháp đối với thương lái

Khuyến khích các thương lái có kinh nghiệm, vốn, uy tín, kỹ thuật hợp tác với nhau để chia sẻ thị trường, rủi ro và tăng khả năng cạnh tranh. Đồng thời, điều này sẽ hạn chế hoặc đào thải những thương lái có hành vi ép giá, hạ giá, kinh doanh và cạnh tranh không lành mạnh ra khỏi thị trường.

Phát huy tốt vai trò là cầu nối giữa nông hộ trồng lúa và doanh nghiệp trong quá trình tiêu thụ lúa gạo. Ngoài ra, thương lái cần phát huy tốt vai trò là nguồn cung thông tin thị trường và giá cả quan trọng cho nông hộ, nhất là nông hộ nghèo.

Tăng cường liên kết ngang và liên kết dọc để đảm bảo đầu vào ổn định về số lượng và chất lượng, giảm rủi ro thị trường tiêu thụ và biến động về giá cả. Thực hiện đúng cam kết với nông hộ về việc thu mua lúa, dù có sự biến động trên thị trường. Tránh tình trạng phá vỡ hợp đồng như hiện nay để cải thiện hình ảnh thương lái với góc độ tích cực hơn.

5.7.3.3 Giải pháp đối với nhà máy xay xát

Nâng cấp công nghệ của hệ thống xay xát, lau bóng và chế biến lúa gạo để gia tăng giá trị thành phẩm bằng cách tranh thủ tiếp cận các nguồn vốn vay từ các chương trình hỗ trợ của Chính phủ.

Đầu tư hệ thống kho bảo quản lúa, gạo hiện đại, đúng tiêu chuẩn để vừa bảo đảm chất lượng, vừa chủ động đối với thị trường đầu ra, đặc biệt thị trường tiêu thụ nội địa.

Củng cố và phát triển mối liên kết dọc với thương lái (là nguồn cung cấp đầu vào chủ yếu của nhà máy xay xát) và đại lý (thị trường đầu ra quan trọng). Nhà máy xay xát có thể ứng tiền cho những thương lái có mối quan hệ làm ăn lâu năm, có uy tín để thương lái chủ động mua lúa theo nhu cầu (về chất lượng lẫn số lượng) của nhà máy. Từ đó, chất lượng sản phẩm của nhà máy xay xát được nâng lên và giá trị cũng tăng lên.

Tăng cường tận dụng những sản phẩm phụ như trấu, tấm, cám để tạo ra giá trị gia tăng mới như củi trấu (từ trấu), bột, thức ăn cho gia súc (từ tấm), dầu cám, mỹ phẩm, thức ăn gia súc (từ cám).

5.7.3.4 Giải pháp đối với Công ty lương thực

Trong thời gian qua, phần lớn các công ty lương thực chưa chú trọng xây dựng vùng nguyên liệu sản xuất lúa, và công ty đã thu mua lúa, gạo từ nhiều nguồn khác nhau. Sản phẩm lúa, gạo đầu vào không đồng nhất, chưa đồng chất, còn nhiều nguy cơ dư lượng thuốc bảo vệ thực vật nguy hại còn tồn dư trong sản phẩm. Do đó giá trị sản phẩm gạo thành phẩm chưa cao. Đồng thời chưa có thương hiệu gạo đã gây khó khăn cho công ty lương thực trong tìm kiếm thị trường tiêu thụ nội địa và xuất khẩu. Vì thế, xây dựng vùng nguyên liệu sản xuất lúa là một giải pháp quan trọng và cần thiết mà công ty lương thực cần thực hiện để khắc phục những khó khăn trên. Đối với những công ty lương thực đã thực hiện hợp tác sản xuất với nông hộ trong thời gian qua cần duy trì mô hình liên kết này bởi cả doanh nghiệp và nông dân sản xuất đều nhận được nhiều lợi ích so với sản xuất, kinh doanh riêng lẻ.

Cần tranh thủ và khai thác những ưu đãi, chính sách hỗ trợ doanh nghiệp trong “Kế hoạch xây dựng cánh đồng lớn tỉnh An Giang giai đoạn 2015-2020” của Ủy ban Nhân dân tỉnh An Giang như: khi doanh nghiệp đăng ký tham gia cánh đồng lớn, ngành nông nghiệp sẽ ưu tiên đầu tư hệ thống giao thông thủy lợi nội đồng, ưu tiên tập huấn kỹ thuật canh tác tiên tiến như “1 phải 5 giảm” cho nông dân trong vùng này, tập huấn các tổ chức đại diện nông dân như hợp tác xã, tổ hợp tác để làm đại diện cho nông dân giúp doanh nghiệp ở

khâu sản xuất nguyên liệu, doanh nghiệp có thời gian tập trung hơn cho việc nghiên cứu thị trường xuất khẩu và cải tiến công nghệ. Mặt khác, doanh nghiệp tham gia cánh đồng lớn sẽ được hỗ trợ ưu đãi lãi suất để vay vốn tín dụng cho cải tiến công nghệ, ưu tiên tham gia các Hội nghị xúc tiến thương mại, chào hàng xuất khẩu, xác nhận đủ điều kiện về vùng nguyên liệu để xuất khẩu, được ưu tiên tham gia thực hiện các hợp đồng xuất khẩu nông sản hoặc chương trình tạm trữ nông sản của Chính phủ.

Sự liên kết giữa công ty lương thực với nông hộ mang tính bền vững khi công ty lấy nông dân làm trọng tâm trong chiến lược kinh doanh và phát triển, chia sẻ lợi nhuận cùng nông dân. Bên cạnh cung ứng giống lúa, vật tư nông nghiệp như thời gian qua, công ty cần cung cấp cho nông hộ kiến thức về môi trường, bảo vệ nguồn tài nguyên thiên nhiên, sức khỏe và y tế công cộng. Những kiến thức này được nhận thức và vận dụng trong quá trình sản xuất sẽ góp phần nâng cao giá trị sản phẩm lúa gạo, nhất là khi xuất khẩu.

Đẩy mạnh sự liên kết giữa doanh nghiệp với nông dân, doanh nghiệp với nhà máy xay xát, doanh nghiệp với thương lái để đảm bảo nguồn nguyên liệu đầu vào có nguồn gốc, xuất xứ rõ ràng, đảm bảo số lượng và chất lượng đồng nhất.

Thay đổi từ hình thức tồn trữ gạo như hiện nay chuyển sang tồn trữ lúa, vì lúa có thời gian tồn trữ lâu hơn (từ 1 đến 2 năm), dễ bảo quản hơn, cho ra gạo có chất lượng tốt hơn so với gạo chế biến từ lúa mới (vì lúa cũ tức là lúa đã chín sinh học hoàn toàn sau khi dự trữ trên 6 tháng), giúp chủ động trong sản xuất và tránh rủi ro sự biến động giá cả trên thị trường. Từ đó, giá trị của chuỗi gạo được nâng lên.

Có thể nói, theo nhận xét của nhiều chuyên gia và thực tiễn cho thấy, trong chuỗi giá trị gạo, công ty lương thực là tác nhân đóng vai trò rất quan trọng. Những hoạt động sản xuất-chế biến-tiêu thụ của tác nhân này có sự ảnh hưởng rất lớn đến các tác nhân còn lại. Do đó, nâng cao giá trị gia tăng của toàn chuỗi và mô hình sản xuất liên kết phụ thuộc rất nhiều vào công ty lương thực.

5.7.3.5 Giải pháp đối với Đại lý gạo

Chú trọng thị trường nội địa vì xu hướng tiêu dùng gạo đang bị thay đổi. Người tiêu dùng hiện nay sẵn sàng chấp nhận mua gạo có nguồn gốc nước ngoài với mức giá cao hơn gạo trong nước, vì họ cho rằng gạo trong nước không ngon, không an toàn. Do đó, khi mua gạo từ nhà máy xay xát hay công ty lương thực, đại lý cần có cách thức bảo quản gạo đúng tiêu chuẩn, không để

âm mốc. Và quan trọng nhất là đại lý không pha trộn các loại gạo với nhau khi bán cho người tiêu dùng.

*** Tóm tắt mục tiêu nghiên cứu thứ tư:**

Luận án đã đề xuất một số giải pháp nhằm nâng cao giá trị gia tăng sản phẩm gạo góp phần cải thiện thu nhập cho nhóm nông hộ nghèo trồng lúa trên địa bàn tỉnh An Giang như sau:

Thứ nhất, đối với nông hộ nghèo vẫn duy trì hình thức sản xuất riêng lẻ: họ có thể sản xuất 2 vụ lúa/năm hoặc luân canh cây trồng; trong ngắn hạn có thể tiếp tục trồng giống lúa IR50404 nhưng trong dài hạn nên chuyển sang canh tác giống lúa chất lượng cao; chú trọng chất lượng lúa giống bằng cách chọn mua ở những cơ sở có uy tín; chủ động và tích cực tham dự các khóa học về kỹ thuật sản xuất lúa tiên tiến; cố gắng tiếp cận các nguồn vốn hỗ trợ người nghèo; chủ động nâng cao khả năng tiếp cận thông tin thị trường bằng khai thác thông tin từ nhiều nguồn khác nhau; xây dựng mối quan hệ liên kết, hợp tác trong sản xuất và tiêu thụ; giảm các khoản mục chi phí sản xuất lúa hiệu quả và hợp lý.

Trong trường hợp nông hộ nghèo nhận thức được lợi ích của việc sản xuất liên kết, tham gia mô hình ‘‘Cánh đồng lớn’’, họ nên chủ động tham gia các tổ hợp tác, hợp tác xã tại địa phương. Và khi đã ký kết hợp đồng với doanh nghiệp liên kết thì nông hộ phải nghiêm túc thực hiện các điều khoản để đảm bảo tính bền vững cho sự liên kết này.

Thứ hai, đối với các nông hộ trồng lúa nói chung trên địa bàn tỉnh An Giang, để tăng giá trị ở khâu sản xuất, nông hộ cần chọn giống lúa có chất lượng cao, có thị trường đầu ra ổn định, giảm các chi phí đầu vào để tăng lợi nhuận trong điều kiện giá bán không đổi. Và về lâu dài, giải pháp quan trọng là nông hộ tham gia mô hình sản xuất liên kết.

Thứ ba, luận án đề xuất một số giải pháp cụ thể đối với từng tác nhân. Trong đó, chú trọng vai trò quan trọng của công ty lương thực trong việc nâng cao giá trị gia tăng của toàn chuỗi. Và giải pháp cần chú trọng thực hiện là công ty xây dựng vùng nguyên liệu.

CHƯƠNG 6

KẾT LUẬN VÀ KIẾN NGHỊ

6.1 KẾT LUẬN

An Giang, tỉnh có hơn 70% diện tích đất là phù sa, là một trong những địa phương trọng điểm về sản xuất lúa gạo của vùng Đồng bằng sông Cửu Long và cả nước. Nghiên cứu về chuỗi giá trị gạo tỉnh An Giang với sự tham gia của nhóm nông hộ nghèo và không nghèo, luận án kết luận được một số vấn đề sau:

Thứ nhất, các nông hộ nghèo tại An Giang có diện tích đất trồng lúa nhỏ, manh mún (trung bình 0,62 ha/hộ), trong khi nhóm nông hộ không nghèo có diện tích đất trung bình là 2,58 ha/hộ. Diện tích đất nhỏ nên nông hộ nghèo đã gặp nhiều khó khăn trong quá trình sản xuất riêng lẻ cũng như khả năng tham gia mô hình sản xuất liên kết với các doanh nghiệp là rất thấp. Các nông hộ này đạt năng suất thấp hơn năng suất của nhóm không nghèo. Giống lúa thường IR50404 được đa số các nông hộ nghèo chọn để trồng, và họ thường mua lúa giống tại các cơ sở ở địa phương. Trong quá trình sản xuất, nông hộ nghèo không áp dụng các tiến bộ kỹ thuật mà họ chủ yếu dựa vào kinh nghiệm trồng lúa đã có. Ngoài ra, do chỉ sử dụng nguồn vốn từ gia đình nên các nông hộ nghèo thường mua chịu vật tư nông nghiệp vào đầu vụ, thanh toán khi cuối vụ. Điều này đã làm cho chi phí sản xuất của nông hộ nghèo cao hơn so với chi phí sản xuất của các nông hộ không nghèo.

Nhóm nông hộ nghèo có khả năng tiếp cận thông tin thị trường thấp hơn so với nhóm nông hộ không nghèo và nhóm nông hộ có liên kết, do nhóm nông hộ nghèo có diện tích đất sản xuất ít, sản lượng lúa không nhiều, chất lượng hạt lúa không cao nên họ ít quan tâm đến giá cả thị trường. Thương lái là thị trường tiêu thụ sản phẩm lúa tươi duy nhất của nông hộ nghèo tại An Giang. Trong khi đó, nhóm nông hộ không nghèo bán lúa cho nhiều đối tượng khác nhau như doanh nghiệp (trong trường hợp nông hộ tham gia mô hình sản xuất liên kết), thương lái và nhà máy xay xát. Đối với vụ Đông xuân năm 2014, nông hộ nghèo đạt mức lợi nhuận trung bình khoảng 5,4 triệu đồng/ha. Đây là mức lợi nhuận rất thấp sau khoảng thời gian canh tác lúa từ 3 đến 4 tháng. Ngoài ra, hiệu quả phân phối và hiệu quả chi phí trung bình của nông hộ nghèo đạt ở mức trung bình.

Thứ hai, chuỗi giá trị gạo tỉnh An Giang bao gồm các tác nhân là nông hộ trồng lúa, thương lái, nhà máy xay xát, công ty lương thực và đại lý. Nông hộ nghèo tham gia 6 kênh thị trường trong khi nông hộ không nghèo có 11 kênh. Trong chuỗi giá trị gạo có sự tham gia của nông hộ nghèo, công ty lương thực là tác nhân có doanh thu cao nhất, kế đến là thương lái. Còn ở chuỗi giá trị gạo mà nông hộ không nghèo giữ chức năng sản xuất, nhóm này có doanh thu cao thứ hai trong toàn chuỗi sau công ty lương thực. Ở cả hai chuỗi gạo, nhà máy xay xát là tác nhân có doanh thu và lợi nhuận thấp nhất. Công ty lương thực tuy có doanh thu cao nhất chuỗi nhưng do chi phí trung gian khá cao, nhất là tại kênh xuất khẩu, nên công ty lương thực không phải là tác nhân có lợi nhuận cao nhất chuỗi.

Mối liên kết giữa các tác nhân tham gia chuỗi đều không mang tính chính thống và chặt chẽ với nhau. Các tác nhân cung cấp thông tin thị trường, hỗ trợ nhau trong hoạt động kinh doanh chủ yếu dựa trên mối quan hệ quen biết. Đối với nông hộ tham gia mô hình sản xuất liên kết với doanh nghiệp thì tồn tại mối liên kết chính thống thông qua hợp đồng ký kết giữa hai bên với nhau. Bên cạnh đó, mỗi tác nhân tham gia chuỗi chịu sự ảnh hưởng của các loại rủi ro với những mức độ khác nhau.

Thứ ba, khi so sánh giá trị gia tăng và giá trị gia tăng thuần nhận được giữa nông hộ nghèo với nông hộ không nghèo trồng lúa, nghiên cứu cho thấy giá trị gia tăng và giá trị gia tăng thuần đạt được từ hoạt động sản xuất lúa của nhóm nông hộ nghèo luôn thấp hơn so với giá trị gia tăng và giá trị gia tăng thuần đạt được của nhóm nông hộ không nghèo. Khi giá bán lúa giảm từ 20% trở lên làm cho nông hộ nghèo bị lỗ. Trong trường hợp giá bán không đổi nhưng chi phí trung gian giảm với tỷ lệ càng cao làm cho khoảng cách chênh lệch về lợi nhuận/kg giữa hai nhóm nông hộ trồng lúa càng được thu hẹp lại.

Thu nhập từ trồng lúa của nông hộ nghèo bị ảnh hưởng thuận chiều bởi các yếu tố như tuổi, kinh nghiệm, tham gia tập huấn, ứng dụng tiến bộ kỹ thuật, diện tích đất sản xuất và giá trị gia tăng. Kết quả của mô hình hồi quy đã chỉ rõ khi giá trị gia tăng /tấn tăng lên 1 triệu đồng thì thu nhập của nông hộ nghèo sẽ tăng thêm 3,655 triệu đồng/năm, trong điều kiện các yếu tố khác không thay đổi.

Thứ tư, để nâng cao thu nhập cho nông hộ nghèo trồng lúa tại An Giang, luận án đề xuất một số giải pháp đối với nông hộ nghèo như: có thể sản xuất 2 vụ lúa/năm hay luân canh cây trồng; chọn giống lúa trồng phù hợp với từng giai đoạn; nâng cao chất lượng lúa giống; chủ động tiếp cận tiến bộ kỹ thuật mới trong quá trình canh tác lúa; hợp tác, liên kết với nông dân khác, tham gia

hợp tác xã, tổ hợp tác; giảm chi phí sản xuất một cách hợp lý, hiệu quả; chủ động nâng cao khả năng tiếp cận thị trường các yếu tố đầu vào và khả năng tiếp cận thị trường các yếu tố đầu ra. Những giải pháp này được đề xuất trong trường hợp nông hộ nghèo vẫn giữ quan điểm sản xuất riêng lẻ.

Tuy nhiên, để giải quyết những khó khăn của nông hộ nghèo trong quá trình sản xuất và tiêu thụ lúa thì giải pháp hợp lý và bền vững nhất là khuyến khích nông hộ tham gia hợp tác xã, tổ hợp tác để có thể tham gia mô hình “Cánh đồng lớn”. Theo đánh giá của các Sở, ban ngành tỉnh An Giang: “Cánh đồng lớn” là mô hình tốt nhất hiện nay trong việc giải quyết vấn đề khó khăn nhất là tiêu thụ lúa gạo hàng hóa. Mô hình cũng cho thấy có hiệu quả cao trong việc hợp tác, liên kết, tổ chức lại sản xuất nhằm nâng cao chuỗi giá trị lúa gạo.”.

Đối với các tác nhân trong chuỗi giá trị gạo tỉnh An Giang, luận án đề xuất một số giải pháp đối với từng tác nhân trong chuỗi giá trị gạo. Từ đó góp phần nâng cao giá trị gia tăng cho sản phẩm lúa gạo tỉnh An Giang trong thời gian sắp tới.

Thứ năm, từ những kết luận trên làm cơ sở cho việc khẳng định rằng: (1) phân phối giá trị gia tăng có sự khác nhau lớn giữa các tác nhân tham gia chuỗi giá trị gạo từ khâu sản xuất đến khâu tiêu thụ. (2), giá trị gia tăng của sản phẩm gạo có ảnh hưởng thuận chiều đến thu nhập của nông hộ nghèo trồng lúa.

6.2 KIẾN NGHỊ

Bên cạnh những kết quả đạt được, luận án vẫn còn một số tồn tại nhất định như: chỉ tập trung nghiên cứu chuỗi giá trị gạo vụ Đông Xuân; số quan sát trong nhóm nông hộ nghèo được khảo sát còn ít; chưa phân tích sâu nhóm nông hộ không nghèo sản xuất lúa theo mô hình liên kết; chưa vận dụng tất cả các công cụ trong bộ công cụ phân tích chuỗi giá trị; chưa đo lường định lượng mức độ tác động của các rủi ro đến từng tác nhân tham gia chuỗi giá trị gạo tỉnh An Giang; chưa nghiên cứu chuỗi giá trị đến người tiêu dùng cuối tại thị trường nội địa và nước ngoài; các giải pháp đề xuất chưa mang tính đột phá... Do đó, luận án gợi mở một số định hướng nghiên cứu trong thời gian sắp đến.

- * Phân tích chuỗi giá trị gạo của 3 vụ lúa trong năm tỉnh An Giang
- * Phân tích thị trường tiêu thụ của sản phẩm gạo và vai trò của các tác nhân dẫn đầu trong chuỗi giá trị lúa gạo
- * Nông hộ vì nghèo nên trồng lúa hay vì trồng lúa nên nghèo?
- * Phân tích chuỗi giá trị gạo đến người tiêu dùng cuối cùng

DANH MỤC CÔNG TRÌNH ĐÃ CÔNG BỐ

1. La Nguyễn Thùy Dung và Mai Văn Nam (2015). Phân tích hiệu quả tài chính của hộ sản xuất lúa theo mô hình liên kết với doanh nghiệp ở tỉnh An Giang. Tạp chí Khoa học Đại học Cần Thơ, số 36d, trang 92-100.
2. La Nguyễn Thùy Dung và Mai Văn Nam (2015). Khả năng tiếp cận thị trường của hộ sản xuất lúa theo mô hình liên kết với doanh nghiệp ở tỉnh An Giang. Tạp chí Khoa học Đại học Cần Thơ, số 38d, trang 25-33.
3. La Nguyễn Thùy Dung (2015). Phân tích các nhân tố ảnh hưởng đến thu nhập từ trồng lúa của nông hộ nghèo tỉnh An Giang. Kỷ yếu Hội thảo khoa học Phát triển kinh tế- xã hội ĐBSCL năm 2015. NXB Đại học Cần Thơ, trang 175-186.
4. La Nguyễn Thùy Dung và Mai Văn Nam (2016). Phân tích hiệu quả sản xuất của nông hộ nghèo và không nghèo trồng lúa tỉnh An Giang. Tạp chí Khoa học Đại học Cần Thơ, số 46d, trang 30-39.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Danh mục tài liệu tiếng Việt

1. Chi cục Bảo vệ Thực vật (2011). *Sổ tay hướng dẫn trồng lúa cao sản theo "1 phải 5 giảm"*. Sở Nông nghiệp và PTNT An Giang
2. Diệp Hoàng Sơn (2008). *Hoạch định chiến lược marketing mặt hàng gạo xuất khẩu Đồng bằng sông Cửu Long*. Luận văn Thạc sĩ Kinh tế, Trường Đại học Cần Thơ.
3. Đàm Thị Hưng (2011). *Các giải pháp đẩy mạnh tiếp cận thị trường nông sản cho phụ nữ nông thôn huyện Văn Giang tỉnh Hưng Yên*. Trường Đại học Nông Nghiệp Hà Nội.
4. Đoàn Minh Vương và cộng sự (2015). *Phân tích chuỗi giá trị thanh long tại huyện Chợ Gạo tỉnh Tiền Giang*. Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ, số 36d, trang 10-22
5. Đào Thế Anh và Thái Văn Tình (2015). *Chuỗi giá trị lúa gạo ĐBSCL: chính sách nông nghiệp và thương mại thiếu hiệu quả*. Tạp chí Nghiên cứu Kinh tế, số 447, tháng 8/2015, trang 24-36
6. GTZ và MPI (2006). *Phân tích chuỗi giá trị bơ Dak Lak*.
7. Hoàng Trọng, Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008). *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS*. NXB Hồng Đức.
8. Huỳnh Trường Huy và Lê Tân Nghiêm (2008). *Thu nhập và đa dạng hóa thu nhập của nông hộ ở Đồng bằng sông Cửu Long*. Tài liệu Chương trình NPT/VNM/013 Cơ sở cho phát triển doanh nghiệp vừa và nhỏ và nông hộ ở Đồng bằng sông Cửu Long. Hà Nội: Nhà xuất bản Giáo dục, trang 169–184
9. Lê Cảnh Dũng và Võ Văn Tuấn (2014). *Nhân tố ảnh hưởng việc thực hiện 1 phải 5 giảm trong canh tác lúa ở Đồng bằng sông Cửu Long*. Tạp chí Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn, số 7/2014, trang 27-36
10. Lê Huỳnh Phước Thiện (2009). *Hoạch định chiến lược kinh doanh lúa gạo của các doanh nghiệp thành phố Cần Thơ đến năm 2015*. Luận văn Thạc sĩ Kinh tế, Trường Đại học Cần Thơ.
11. Lê Nguyễn Đoàn Khôi (2011). *Định vị chiến lược và giải pháp nâng cấp chuỗi sản xuất lúa gạo ở Đồng bằng sông Cửu Long, Việt Nam*. Nhà xuất bản: Đại học Cần Thơ, trang 256-271
12. Lê Văn Gia Nhỏ (2005). *Phân tích ngành hàng lúa gạo thơm tỉnh Long An và lúa gạo cao sản tỉnh An Giang*. Luận văn Thạc sĩ Kinh tế, Trường Đại học Cần Thơ.
13. Lê Thị Mỹ Dung (2012). *Phân tích lợi thế kinh tế theo quy mô đối với hộ sản xuất lúa tỉnh An Giang*. Luận văn Thạc sĩ Kinh tế, Trường Đại học Cần Thơ.
14. Lê Hoàng Oanh (2015). *Giải pháp đẩy mạnh xuất khẩu gạo Việt Nam trong thời gian tới*. Tạp chí Khoa học thương mại, số 81/2015, trang 35-42
15. Lưu Tiến Thuận và Lưu Thanh Đức Hải (2008). *Cấu trúc thị trường và phân tích kênh phân phối: trường hợp sản phẩm heo tại ĐBSCL- Việt Nam*. Báo cáo nghiên cứu CDS, Số 27: 125 – 164.

16. Lưu Thanh Đức Hải (2003). *The organization of the liberalized rice market in Vietnam*. Ph.D. Thesis, The University of Groningen, Netherlands.
17. Lưu Thanh Đức Hải (2005). *Chi phí marketing và kênh phân phối lúa gạo Đồng bằng sông Cửu Long*.
18. Mai Văn Nam (2008). *Giáo trình Nguyên lý thống kê kinh tế*. Nhà xuất bản Văn hóa Thông tin.
19. Mai Văn Nam (2009). *Hiệu quả sản xuất và tiêu thụ lúa gạo ở Cần Thơ, Đồng bằng sông Cửu Long: các vấn đề cần được giải quyết*.
20. Mai Văn Nam và cộng sự (2010). *Hiệu quả sản xuất, tiêu thụ lúa gạo ở tỉnh Đồng Tháp*.
21. M4P (2007). *Đề chuỗi giá trị hiệu quả hơn cho người nghèo: Sổ tay thực hành phân tích chuỗi giá trị*. Ngân hàng Phát triển Châu Á. Trung tâm Thông tin ADB
22. Nguyễn Đức Thành (2014). *Chính sách xuất khẩu gạo hiện nay và tương lai của người sản xuất nhỏ ở Việt Nam: Cách tiếp cận cấu trúc thị trường*. www.vepr.org.vn
23. Nguyễn Đức Thành và cộng sự (2015). *Thị trường lúa gạo Việt Nam: cải cách để hội nhập cách tiếp cận cấu trúc thị trường*. Nhà xuất bản Hồng Đức
24. Nguyễn Duy Cần, Võ Hồng Tú và Nguyễn Văn Sánh (2011). *Liên kết "4 nhà" trong sản xuất và tiêu thụ lúa gạo: trường hợp nghiên cứu ở tỉnh An Giang*. Tạp chí Khoa học 2011:20a 220-229. NXB: Đại học Cần Thơ
25. Nguyễn Hữu Đăng (2012). *Hiệu quả kỹ thuật và các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả kỹ thuật của nông hộ trồng lúa ở Đồng bằng sông Cửu Long, Việt Nam trong giai đoạn 2008-2011*. Kỷ yếu Khoa học, Trường Đại học Cần Thơ, trang 268-276.
26. Nguyễn Lan Duyên (2014). *Các yếu tố ảnh hưởng đến thu nhập của nông hộ ở An Giang*. Tạp chí khoa học Trường Đại học An Giang, Quyển 3 (2), 63 - 69
27. Nguyễn Ngọc Châu (2008). *Phân tích chuỗi giá trị gạo của Thành phố Cần Thơ*. Luận văn Thạc sĩ Kinh tế, Trường Đại học Cần Thơ.
28. Nguyễn Ngọc Châu và Mai Chiêm Tuyền (2010). *Tình hình sản xuất và tiêu thụ chuỗi ở Xã Hương Phú, Huyện Nam Đông, Tỉnh Thừa Thiên Huế*. Tạp chí khoa học, Đại học Huế. Số 62: 23-34.
29. Nguyễn Ngọc Quang (2011). *Phát triển kênh phân phối lúa gạo khu vực Đồng bằng sông Cửu Long*. Luận văn Thạc sĩ Kinh tế, Trường Đại học Cần Thơ.
30. Nguyễn Phạm Thanh Nam và cộng sự (2008). *Phân tích cấu trúc thị trường và kênh tiêu thụ sản phẩm cam ở vùng ĐBSCL- Việt Nam*. Báo cáo nghiên cứu CDS, Số 27: 165 – 204.
31. Nguyễn Phú Sơn (2012). *Giải pháp nâng cấp chuỗi giá lúa gạo vùng Đồng bằng sông Cửu Long, Việt Nam*. Nhà xuất bản: Đại học Cần Thơ, trang 272-277
32. Nguyễn Phú Sơn (2012). *Phân tích chuỗi giá trị các sản phẩm táo-tỏi-nho tỉnh Ninh Thuận*. Dự án hỗ trợ tam nông tỉnh Ninh Thuận. Sở Khoa học và Công nghệ tỉnh Bình Thuận.

33. Nguyễn Phú Sơn và Nguyễn Thị Thu An (2014). *Nghiên cứu chuỗi giá trị sản phẩm tỏi tỉnh Ninh Thuận*. Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ, số 35d, trang 16-23
34. Nguyễn Quốc Nghi (2015). *Giải pháp nâng cao giá trị gia tăng cho sản phẩm khóm góp phần cải thiện thu nhập cho nông hộ nghèo ở tỉnh Tiền Giang*. Luận án Tiến sĩ trường Đại học Cần Thơ
35. Nguyễn Thanh Toàn (2006). *Nghiên cứu thị trường các sản phẩm thủy sản ở tỉnh Cà Mau*. Tạp chí nghiên cứu khoa học, Đại học Cần Thơ, 2006: 247-258.
36. Nguyễn Thị Thanh Hà (2010). *Phát triển ngành hàng gạo xuất khẩu tại thành phố Cần Thơ*. Luận văn Thạc sĩ Kinh tế, Trường Đại học Cần Thơ.
37. Nguyễn Thị Thanh Huyền (2010). *Nghiên cứu giải pháp nâng cao khả năng tiếp cận thị trường của hộ nông dân trồng rau ở huyện Tứ Kỳ, tỉnh Hải Dương*. Trường Đại Học Nông Nghiệp Hà Nội.
38. Nguyễn Tiến Hùng (2009). *Nghiên cứu giải pháp nâng cao khả năng tiếp cận thị trường của hộ trồng hoa, cây cảnh trên địa bàn tỉnh Bắc Ninh*. Trường Đại Học Nông Nghiệp Hà Nội.
39. Nguyễn Văn Bộ và Đào Thế Anh (2013). *Ứng dụng công nghệ cao trong nâng cao giá trị gia tăng trong chuỗi giá trị nông sản ở Việt Nam*. Hội thảo Phân bón công nghệ cao trong sản xuất nông nghiệp bền vững.
40. Nguyễn Văn Phúc (2014). *Đánh giá chiến lược xuất khẩu gạo của Việt Nam qua phân tích hiệu ứng giá và lượng xuất khẩu*, Tạp chí Kinh tế và Phát triển, số 204 tháng 6/2014, trang 42-47
41. Nguyễn Văn Phúc và Trang Thị Tuyên Anh (2010). *Phân tích chuỗi giá trị lúa gạo tại tỉnh Trà Vinh, Đồng bằng Sông Cửu Long*.
42. Nguyễn Văn Hùng, Trương Quang Trường và Phan Hiếu Hiền (2013). *Giới thiệu dự án IRRI-ADB và các vấn đề sau thu hoạch lúa gạo ở Việt Nam*.
43. Nhiều tác giả. *Cẩm nang phương pháp phân tích chuỗi giá trị hàng nông sản*. Dự án Hỗ trợ xuất khẩu trái cây tại các tỉnh ĐBSCL- Mô hình thí điểm tại tỉnh Tiền Giang.
44. Phạm Bảo Thạch (2011). *Phân tích chuỗi giá trị sản phẩm nếp Phú Tân-An Giang*. Luận văn Thạc sĩ Kinh tế, Trường Đại học Cần Thơ.
45. Phạm Huyền Diệu (2012). *Xuất khẩu gạo của Việt Nam trong giai đoạn hiện nay*.
46. Phạm Văn Út (2011). *Các giải pháp nâng cao hiệu quả xuất khẩu gạo ở thành phố Cần Thơ*. Luận văn Thạc sĩ Kinh tế, Trường Đại học Cần Thơ.
47. Quan Minh Nhựt (2007). *Phân tích lợi nhuận và hiệu quả theo quy mô sản xuất của mô hình độc canh ba vụ lúa và luân canh hai lúa một màu tại Chợ Mới-An Giang năm 2005*. Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ, số 7, trang 167-175.
48. Quan Minh Nhựt (2008). *Phân tích hiệu quả phân phối nguồn lực và hiệu quả chi phí của mô hình canh tác trong và ngoài đê bao tại huyện Chợ Mới và Tri Tôn, tỉnh An Giang năm 2005*. Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ, số 9, trang 113-121
49. Quan Minh Nhựt (2011). *Sử dụng công cụ Metafrontier và Metatechnology Ratio để mở rộng ứng dụng mô hình phân tích màng bao dữ*

- liệu trong đánh giá năng suất và hiệu quả sản xuất. Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ, số 18a, trang 210-219
50. Quan Minh Nhựt (2012). *Ưu điểm mô hình phi tham số với trường hợp cỡ mẫu nhỏ và ứng dụng công cụ Meta-frontier để mở rộng ứng dụng mô hình trong đánh giá năng suất và hiệu quả sản xuất*. Kỷ yếu Khoa học 2012, Trường Đại học Cần Thơ, trang 258-267.
 51. Quan Minh Nhựt và cộng sự (2013). *Phân tích hiệu quả chi phí và hiệu quả theo quy mô của hộ sản xuất hành tím tại huyện Vĩnh Châu tỉnh Sóc Trăng ứng dụng phương pháp tiếp cận phi tham số*. Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ, số 28d, trang 33-37
 52. Thái Văn Đại và cộng sự (2008). *Phân tích cấu trúc thị trường và kênh marketing: trường hợp cá tra, ba sa tại Đồng bằng sông Cửu Long - Việt Nam*. Báo cáo nghiên cứu CDS, Số 27: 81 – 124.
 53. Trần Triển Khai và cộng sự (2011). *Báo cáo nghiên cứu phân tích chuỗi giá trị dừa Bến Tre*. UBND tỉnh Bến Tre. Dự án DBRP Bến Tre.
 54. Trần Xuân Long (2009). *Một số nhân tố chính ảnh hưởng đến thu nhập nông hộ tại huyện Tri Tôn – An Giang*. Đề tài nghiên cứu khoa học cấp trường. Trường Đại học An Giang
 55. Trịnh Đức Trí và cộng sự (2015). *Nghiên cứu chuỗi giá trị xoài tỉnh Tiền Giang*. Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ, số 40d, trang 92-104
 56. Trần Trọng Tín (2010). *Các yếu tố tác động đến thu nhập hộ nghèo tỉnh Vĩnh Long*. Luận văn Thạc sĩ Kinh tế nông nghiệp trường Đại học Cần Thơ
 57. Trương Hồng Võ Tuấn Kiệt và cộng sự (2015). *Phân tích chuỗi giá trị xoài Cát Chu tỉnh Đồng Tháp*. Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ, số 38d, trang 98-106
 58. Trương Hồng Võ Tuấn Kiệt và Dương Ngọc Thành (2014). *Phân tích chuỗi giá trị xoài cát Hòa Lộc tỉnh Đồng Tháp*. Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ, số 35d, trang 32-39
 59. Võ Hùng Dũng (2012). *Cụm ngành và chuỗi giá trị lúa gạo xuất khẩu*, NXB Đại học Cần Thơ, trang 235-255.
 60. Võ Hùng Dũng (2012). *Hai mươi năm xuất khẩu lúa gạo Việt Nam*, NXB: Đại học Cần Thơ, trang 29-54.
 61. Võ Thị Thanh Lộc và Lê Nguyễn Đoàn Khôi (2011). *Phân tích tác động các chính sách và chiến lược nâng cấp chuỗi ngành hàng lúa gạo*, Tạp chí Khoa học 2011:19b, Đại học Cần Thơ, trang 110-121
 62. Võ Thị Thanh Lộc (2010). *Giáo trình Phương pháp nghiên cứu khoa học và viết đề cương nghiên cứu*, NXB Đại học Cần Thơ
 63. Võ Thị Thanh Lộc và Nguyễn Phú Sơn (2011), *Phân tích chuỗi giá trị lúa gạo vùng Đồng bằng sông Cửu Long*, Tạp chí Khoa học 2011:19a, Đại học Cần Thơ, trang 96-108
 64. Võ Thị Thanh Lộc và Nguyễn Phú Sơn (2013). *Giáo trình Phân tích chuỗi giá trị sản phẩm (ứng dụng trong lĩnh vực nông nghiệp)*. Nhà xuất bản Đại học Cần Thơ.
 65. Võ Thị Thanh Lộc và Nguyễn Ngọc Châu (2009). *Gạo Việt Nam nhìn từ chuỗi giá trị lúa gạo tiêu thụ trong nước và xuất khẩu tại Cần Thơ*.

66. Võ Thị Thanh Lộc và cộng sự (2015). *Phân tích chuỗi giá trị ớt tỉnh Đồng Tháp*. Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ, số 38d, trang 107-119
67. Võ Thị Thanh Lộc và Nguyễn Phú Sơn (2013). *Giải pháp nâng cấp chuỗi giá trị gạo đặc sản "ST5" tỉnh Sóc Trăng*. Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ, số 27, trang 25-33
68. Võ Văn Tuấn và Lê Cảnh Dũng (2015). *Các yếu tố ảnh hưởng đến kết quả sinh kế của nông hộ ở ĐBSCL*. Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ, số 38d, trang 120-129.
69. Vũ Anh Pháp và cộng sự (2015). *Đánh giá hiện trạng sản xuất và thị trường lúa gạo tại xã Xuân Hiệp, Trà Ôn, Vĩnh Long*. Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ, số 38b, trang 120-129

Danh mục tài liệu tiếng Anh

1. A.Anteneh, R. Muradian, R. Ruben (2011). *Factors Affecting Coffee Farmers Market Outlet Choice - The Case of Sidama Zone, Ethiopia*. Centre for International Development Issues Nijmegen, Radboud University, the Netherlands.
2. Berahanu Kuma (2012). *Market Access and Value Chain Analysis of Dairy Industry in Ethiopia*. School of graduate studies Haramaya university, February 2012.
3. Chanerin Maneechansook (2011). *Value chain of rice exported from Thailand to Sweden*. bada.hb.se/bitstream/2320/8306/1/2011MF07.pdf
4. Collaborative Research program Policy Note No.2 (2011). *Vietnam food security and rice value chain*. www.isgmard.org.vn,
5. Demurger, S., Fournier, M. & Yang, W. (2010). *Rural Households' Decisions towards Income Diversification: Evidence from a Township in Northern China*. China Economic Review 457, 1–13.
6. David C. Wilcock, Franco Jean-Pierre (2011). *Haiti Rice Value Chain Assessment: Rapid diagnosis and implications for program design*. Oxfam America
7. Gabriel Elepu (2014). *Agricultural value chain analysis in northern Uganda: Maize, Rice, Grounuts, Sunflower and Sesame*. Makerere University
8. James A. Giesecke, Nhi Hoang Tran, Steven Jaffee và Nguyen The Dzung (2009). *Policy reforms associated with Vietnams rice production and trade*.
9. J. Dirck Stryker (2011). *Developing competitive rice value chains*.
10. <http://www.africarice.org/workshop/ARC/0P3%20Stryker%20ed2.pdf>
11. Luu Thanh Duc Hai (2002). *The organization of the liberalized rice market in Vietnam*. University of Groningen, the Netherlands.
12. Niels Fold and Marianne Nylandsted Larsen (2008). *Key concepts and core issues in global value chain analysis*. Printed in Sweden by O8Tryck, Stockholm 2008.
13. Raphael Kaplinsky and Mike Morris. *A handbook for value chain research*.

14. Robert W. Bly (2006). *Hướng dẫn hoàn hảo phương pháp tiếp cận thị trường*. NXB Lao động
15. Sonja Vermeulen, Jim Woodhill, Felicity Proctor and Rik Delnoye (2008). *Chain-wide learning for inclusive agrifood market development*. The International Institute for Environment and Development, UK and the Capacity Development and Institutional Change programme, Wageningen University and Research Centre, the Netherlands.
16. Steven Jaffee, Nguyen Van Sanh, Le Canh Dung, Vo Thi Thanh Loc và ctg (2009). *From rice bowl to rural development*.
17. Sushil Pandey và Nguyễn Tri Khiêm (2001). *Population pressure, market access and food security in the uplands of northern Vietnam: a micro-economic analysis*. Selected Paper prepared for presentation at the Annual Meeting of the American Agricultural Economics Association, Chicago, August 5 -8, 2001.
18. Takashi Yamano, Yoko Kijima (2010). *Market Access, Soil Fertility, and Income in East Africa*. Paper 10 GRIPS Discussion Paper 10- 22.
19. Tim Purcell (2012). *Linking the poor with rice value chain*. ADB. www.markets4poor.org,
20. Veco-Vietnam (2012). *Chain analysis of Ga Gay sticky rice of Yen Lap district, Phu Tho province*.
21. [www.vec0-ngo.org/.../rice chain analysis report april 2012 2.pdf](http://www.vec0-ngo.org/.../rice%20chain%20analysis%20report%20april%202012%202.pdf)
22. Vishal Sharma¹, Sunil Giri, Siddharth Shankar Rai (2013). *Supply chain management of rice in India: A rice processing company's Perspective*. International Journal of Managing Value and Supply Chains (IJMVSC) Vol. 4, No. 1
23. Yang, D. (2004). *Education and Allocative Efficiency: Household Income Growth during Rural Reforms in China*. Journal of Development Economics 74, 137 – 162
- 24.

MỘT SỐ TRANG WEB

1. Báo Công Thương (2014). *Đồng bằng sông Cửu Long: liên kết nâng cao giá trị nông sản*. <http://baocongthuong.com.vn/dan-toc-thieu-so-mien-nui/70959/dong-bang-song-cuu-long-lien-ket-nang-cao-gia-tri-nong-san.htm#.VFb1_fmsXjY>, ngày 22/10/2014
2. Đỗ Lê (2014). *Chung tay thúc đẩy chuỗi giá trị lúa gạo bền vững*. <<http://www.tintucnongnghiep.com/2014/02/chung-tay-thuc-ay-chuoi-gia-tri-lua-gao.html>>, ngày 22/2/2014
3. Quế Lim (2015). *Vẫn cần thương lái*. Báo Cần Thơ. <http://www.tintucnongnghiep.com/2015/07/van-can-thuong-lai.html>, ngày 13/7/2015
4. Việt Tiên (2013). *Xây dựng thương hiệu gạo xuất khẩu*. <http://www.nhandan.com.vn/mobile/mobile_kinhhte/mobile_nhandinh/item/20751602.html>, ngày 12/7/2013

PHỤ LỤC 1 PHIẾU KHẢO SÁT

PHỤ LỤC 1.1: BẢNG PHỎNG VẤN NÔNG HỘ THAM GIA CHUỖI GIÁ TRỊ SẢN PHẨM LÚA GẠO Ở TỈNH AN GIANG

Xin chào Ông/Bà, tôi tên là hiện là Nghiên cứu sinh, khoa Kinh tế, trường Đại học Cần Thơ. Tôi đang nghiên cứu luận án tiến sĩ về đề tài “**Giải pháp nâng cao giá trị gia tăng sản phẩm lúa gạo góp phần nâng cao thu nhập cho nông hộ nghèo trồng lúa ở tỉnh An Giang**”. Rất mong Ông (Bà) vui lòng dành ít thời gian để trả lời một số câu hỏi dưới đây. Tất cả ý kiến của Ông (Bà) đều có ý nghĩa đối với sự thành công của nghiên cứu. Tôi đảm bảo thông tin của Ông (Bà) sẽ được bảo mật. Chân thành cảm ơn sự cộng tác của Ông (Bà).

I. THÔNG TIN CHUNG VỀ NÔNG HỘ

1. Họ tên đáp viên:..... Năm sinh.....
2. Địa chỉ: Ấp..... xãhuyện.....
3. Giới tính: Nam nữ Điện thoại:...
4. Số nhân khẩu: ... người.
5. Số người trong độ tuổi lao động:người.
6. Số lao động tham gia trồng lúa:.....người
7. Trình độ văn hoá:/12; Trung cấp; CĐ/ĐH; Sau ĐH
8. Ông/bà có sổ hộ nghèo hay không? 1. Có 2. Không
9. Kinh nghiệm trồng lúa của ông/bà.....năm
10. Thu nhập từ lúa của gia đình ông/bà:đồng/năm.
11. Ông/bà có tham gia các lớp tập huấn về trồng lúa hay không?
 1. Có (.....lần/năm) 2. KhôngĐơn vị tập huấn:.....Nội dung:.....
Ông/bà có là thành viên của hợp tác xã hay không?
 1. Có (tên HTX:)
 2. Không
12. Ông/bà có tham gia hợp tác các doanh nghiệp? 1. Có 2. Không
Nếu có, tên doanh nghiệp:.....
Hình thức hợp tác.....
13. Ngoài ra, ông/bà có tham gia tổ chức xã hội, đoàn thể nào dưới đây hay không?
 1. Hội nông dân 2. Hội phụ nữ
 3. Đoàn thanh niên 4. Khác.....
14. Ngoài sản xuất lúa, hộ tham gia hoạt động gì để tạo thu nhập:

4. Cán bộ Hội nông dân
5. Người quen
6. Phương tiện thông tin đại chúng
7. Khác:.....

3. VỐN SẢN XUẤT

3.1. Vốn tự có để đầu tư cho 1 vụ của ông/bà là :.....%

3.2. Khi cần vốn sản xuất thì ông (bà) vay ở đâu? (nhiều lựa chọn)

1. NH Nông nghiệp & PTNT
2. NH khác
3. Hội, nhóm, CLB
4. Mua chịu VTNN.....(% lãi suất)
5. Mượn bà con/người quen
6. Khác:.....

3.3. Xin ông/bà vui lòng cho biết, thông tin về nguồn vốn vay để sản xuất lúa

Vay ở đâu	Số tiền (1.000 đ)	Lãi suất (%/tháng)	Thời hạn (tháng)	Điều kiện vay	
				Tín chấp	Thế chấp

4. HOẠT ĐỘNG SẢN XUẤT VÀ THU HOẠCH

4.1. Xin Ông/bà vui lòng cho biết các khoản chi phí sản xuất lúa:

Chi phí sản xuất lúa (tổng diện tích)

Chỉ tiêu \ Mùa vụ	Đông xuân		Hè thu		Thu đông	
	Số lượng	Đơn giá	Số lượng	Đơn giá	Số lượng	Đơn giá
I. Chi phí giống						
II. Chi phí thuốc BVTV						
III. Chi phí phân bón						
- Ure/ Phân đạm/ Phân lạnh						
- Lân						
- Kali						
- DAP						
- Khác.....						
IV. Chi phí nhiên liệu						
- Điện (kg)						
- Xăng (lít)						
- Dầu (lít)						

V. Chi phí máy móc, công cụ, dụng cụ						
VI. Chi phí lao động						
- Số ngày công LĐGD/vụ						
- Số ngày công LĐ thuê/vụ						
1. Chuẩn bị đất						
-Chi phí LĐGD (ngày)						
-Chi phí LĐ thuê (ngày)						
2. Gieo trồng						
-Chi phí LĐGD (ngày)						
-Chi phí LĐ thuê (ngày)						
3. Dặm lúa						
-Chi phí LĐGD (ngày)						
-Chi phí LĐ thuê (ngày)						
4. Chăm sóc (làm cỏ, bón phân, xịt thuốc)						
-Chi phí LĐGD (ngày)						
-Chi phí LĐ thuê (ngày)						
5. Thu hoạch						
-Chi phí LĐGD (ngày)						
-Chi phí LĐ thuê (ngày)						
6. Vận chuyển						
-Chi phí LĐGD (ngày)						
-Chi phí LĐ thuê (ngày)						
VII. Chi phí lãi vay cho vụ vừa qua (nếu có) (%)						

Nếu sử dụng lao động thuê thì đó là lao động địa phương hay từ nơi khác đến?.....

Giá thuê lao động/ngày?đồng/namđồng/nữ.

5. TÌNH HÌNH TIÊU THỤ LÚA

5.1. Ông/bà bán lúa cho những đối tượng nào? Vui lòng ước lượng tỷ lệ (%)

STT	Người mua	Tỷ lệ (%)	Địa điểm bán	Địa bàn người mua
1	Thương lái			
2	Doanh nghiệp			
3	Bán lẻ			
4	Khác:...			

5.2. Sản lượng thu hoạch và giá bán lúa?

Vụ	Đông xuân	Hè thu	Thu đông
Giá bán			
Sản lượng			

5.3. Giá cả do ai quyết định?

- | | |
|---------------|------------------------|
| 1. Người bán | 2. Người mua |
| 3. Thỏa thuận | 4. Theo giá thị trường |
| 5. Khác:..... | |

5.4. Theo ông (bà) các yếu tố ảnh hưởng đến giá bán là:

CHỈ TIÊU	1	2	3	4	5
1. Chất lượng (giống, % tằm)					
2. Âm độ					
3. Khối lượng ít hay nhiều					
4. Khoảng cách vận chuyển					
5. Phương thức thanh toán					
6. Khác:.....					

5.5. Hình thức thanh toán khi bán:

1. Trả trước toàn bộ.
 2. Đặt cọc trước, phần còn lại trả khi nhận hàng xong.
 3. Trả tiền mặt sau khi giao hết sản phẩm
 4. Trả tiền sau (mua chịu - nợ một thời gian ngày).
 5. Ký hợp đồng mua sản phẩm (bao tiêu).
- Khác:.....

5.6. Hình thức liên lạc với người mua

1. Người mua chủ động liên lạc
2. Thông qua môi giới
3. Chủ động tìm người mua
4. Khác:.....

5.7. Ông/bà vui lòng cho biết, ông bà có những giải pháp nào để tăng giá bán hay không?

6. KHẢ NĂNG TIẾP CẬN THÔNG TIN VÀ THỊ TRƯỜNG

6.1. Xin Ông/bà vui lòng cho biết các thông tin về giá cả, thị trường thường được Ông (bà) biết đến thông qua phương tiện nào?

- | | |
|------------------------------|-----------------------------|
| 1. Truyền hình, truyền thanh | 2. Báo, tạp chí |
| 3. Cán bộ khuyến nông | 4. Qua người thân, hàng xóm |
| 5. Qua thương lái, thu gom | 6. Khác:..... |

6.2. Mức độ tiếp cận thông tin về giá cả, thị trường:	1	2	3	4	5

7.NHỮNG THUẬN LỢI VÀ KHÓ KHĂN CỦA NÔNG HỘ TRONG SẢN XUẤT VÀ TIÊU THỤ

Khó khăn/ thuận lợi đáng quan tâm nhất mà ông bà gặp phải trong quá trình sản xuất và tiêu thụ?.....

8.NHỮNG ĐỀ XUẤT CỦA NÔNG HỘ

8.1 Nhìn nhận của ông/bà từ lúc sản xuất lúa cho đến nay như thế nào? (Cuộc sống có cải thiện hơn qua các năm hay không?)....

8.2 Ông/bà có dự định sẽ chuyển đổi nghề hay không? 1. Có 2. Không

Nếu có, hướng chuyển đổi nghề của ông/bà như thế nào?....

Nếu không, ông/bà sẽ: 1. Tiếp tục duy trì quy mô sản xuất

2. Mở rộng quy mô sản xuất

3. Thu hẹp quy mô sản xuất

CHÂN THÀNH CÁM ƠN SỰ HỢP TÁC CỦA ÔNG/BÀ

PHỤ LỤC 1.2:
BẢNG PHỎNG VẤN ĐẠI LÝ THAM GIA CHUỖI GIÁ TRỊ
SẢN PHẨM LÚA GẠO Ở TỈNH AN GIANG

Xin chào Ông/Bà, tôi tên là hiện là Nghiên cứu sinh, khoa Kinh tế, trường Đại học Cần Thơ. Tôi đang nghiên cứu luận án tiến sĩ về đề tài “**Giải pháp nâng cao giá trị gia tăng sản phẩm lúa gạo góp phần nâng cao thu nhập cho nông hộ nghèo trồng lúa ở tỉnh An Giang**”. Rất mong Ông (Bà) vui lòng dành ít thời gian để trả lời một số câu hỏi dưới đây. Tất cả ý kiến của Ông (Bà) đều có ý nghĩa đối với sự thành công của nghiên cứu. Tôi đảm bảo thông tin của Ông (Bà) sẽ được bảo mật. Chân thành cảm ơn sự cộng tác của Ông (Bà)!

Tên đáp viên:..... <input type="checkbox"/> Nam <input type="checkbox"/> Nữ	Tên phỏng vấn viên:
Địa chỉ kinh doanh:.....

THÔNG TIN CÁ NHÂN (ĐT:.....)

Tuổi: Dân tộc: Kinh Khác

Trình độ học vấn:/12, . Trung cấp; . CĐ/ĐH; . Sau ĐH

Quê quán của ông (bà):

1. THÔNG TIN TỔNG QUÁT

1.1 Cơ sở kinh doanh của Ông (bà) đã được thành lập bao nhiêu năm rồi? năm

1.2 Cơ sở KD của ông bà có đăng ký Kinh doanh không?

1. Có 2. Không

1.3 Lý do mà Ông (bà) tham gia vào hoạt động kinh doanh này?.....

1.4 Ông (bà) có thực hiện các hoạt động kinh doanh nào khác hay không?

Mô tả:.....

1.5 Ông (bà) vui lòng cho biết các tài sản nào được sử dụng vào quá trình kinh doanh của Ông (bà)?

Loại phương tiện	Xe cộ	Tàu/thuyền/ghe	Kho dự trữ	
Mô tả chi tiết (loại tài sản, số lượng, giá trị, khấu hao hằng năm...)				

1.6 Chu kỳ kinh doanh trong năm 2013 của ông (bà):

Tháng	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Số ngày kinh doanh												

2. HOẠT ĐỘNG MUA BÁN GẠO

2.1 Địa bàn (huyện, tỉnh) mà ông (bà) thường thu mua lúa, gạo:

2.2 Các đối tượng mà ông (bà) mua bán lúa, gạo:

- (1) Nông dân
- (2) Thương lái
- (3) Nhà máy xay xát
- (4) Công ty lương thực
- (5) Khác.....

4.3 Khối lượng lúa, gạo ông bà đã mua bán trong năm qua:

	Vụ Đông Xuân				Vụ Hè Thu				Vụ Thu Đông			
	Đối tượng	Loại	Khối lượng	Giá	Đối tượng	Loại	Khối lượng	Giá	Đối tượng	Loại	Khối lượng	Giá
Đvt												
Mua												
Bán												

	KHI MUA					KHI BÁN				
2.4 Xin hãy đánh giá mức độ tác động của các yếu tố sau đến sự hình thành giá cả (sử dụng thang điểm từ 1-5, theo thứ tự mức độ tác động tăng dần)										
1. Chất lượng (giống, % tằm)	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
2. Âm độ	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
3. Khối lượng ít hay nhiều	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
4. Khoảng cách vận chuyển	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
5. Phương thức thanh toán	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
6. Khác:	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
2.5 Ai là người quyết định giá cả trong quá trình mua, bán?										
1. Người bán	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
2. Người mua	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
3. Thỏa thuận theo giá thị trường	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
4. Khác:.....	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
2.6 Ông (bà) thường sử dụng hình thức nào để thanh toán?										
1. Trả trước toàn bộ.	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
2. Đặt cọc trước, phần còn lại trả khi nhận hàng xong.	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
3. Trả tiền mặt sau khi giao hết sản phẩm	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
4. Trả tiền sau (mua chịu - nợ một thời gian ngày).	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
5. Khác:.....	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
2.7 Thông thường, Ông (bà) mua bán lúa, gạo tại đâu?										
1. Tại nơi người bán	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
2. Tại sơ sở của Ông (bà)	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
3. Khác:	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				

4.2.1 Nếu có, Ông (bà) mượn/vay từ đâu?

Các nguồn tín dụng chính thức (ngân hàng, quỹ tín dụng, Khác

Các nguồn tín dụng phi chính thức (bạn bè, người thân, NGOs, nhóm tiết kiệm, tín dụng thương mại,....)

4.2.2 Khi vay mượn tiền từ đối tượng trên, Ông (bà) đã gặp phải những khó khăn gì?

Mô tả:.....

5. ĐIỀU KIỆN KINH DOANH

5.1 Theo Ông (bà), những rào cản gì khi tham gia vào hoạt động mua bán lúa/gạo là gì? (đánh giá mức độ tác động của từng rào cản, mức độ tác động từ 1 > 5 theo mức độ tác động tăng dần)

1. Thiếu vốn đầu tư	1	2	3	4	5
2. Thiếu nguồn cung lúa, gạo					
3. Khó khăn về đầu ra sản phẩm					
4. Thuế cao					
5. Khó đăng ký kinh doanh					
6. Cạnh tranh cao					
7. Khác:					

5.2 Những nguyên tắc, qui định của thị trường, tác động của các thể chế, chính sách đối với hoạt động mua bán gạo như thế nào?

5.3 Nhìn nhận của ông/bà từ lúc mua bán lúa, gạo cho đến nay thu nhập và cuộc sống của ông bà có xu hướng như thế nào? (bình thường, khá giả hơn hay khó khăn hơn.....)

5.4 Ông (bà) khả năng chuyển đổi sang nghề khác không? 1. Có 2. Không

5.5 Trong thời gian tới xu hướng của ông (bà) như thế nào?

1. Tiếp tục duy trì quy mô kinh doanh
2. Mở rộng quy mô kinh doanh
3. Thu hẹp quy mô kinh doanh
4. Chuyển đổi ngành nghề

5.6. Khó khăn/ thuận lợi đáng quan tâm nhất mà ông bà gặp phải trong quá trình kinh doanh?

Chân thành cảm ơn ông (bà) đã hỗ trợ. Chúc ông (bà) thành công trong quá trình kinh doanh!!!

PHỤ LỤC 1.3:
BẢNG PHỎNG VẤN THƯƠNG LÁI THAM GIA CHUỖI GIÁ TRỊ
SẢN PHẨM LÚA GẠO Ở TỈNH AN GIANG

Xin chào Ông/Bà, tôi tên là hiện là Nghiên cứu sinh, khoa Kinh tế, trường Đại học Cần Thơ. Tôi đang nghiên cứu luận án tiến sĩ về đề tài “**Giải pháp nâng cao giá trị gia tăng sản phẩm lúa gạo góp phần nâng cao thu nhập cho nông hộ nghèo trồng lúa ở tỉnh An Giang**”. Rất mong Ông (Bà) vui lòng dành ít thời gian để trả lời một số câu hỏi dưới đây. Tất cả ý kiến của Ông (Bà) đều có ý nghĩa đối với sự thành công của nghiên cứu. Tôi đảm bảo thông tin của Ông (Bà) sẽ được bảo mật. Chân thành cảm ơn sự cộng tác của Ông (Bà).

Tên đáp viên: <input type="checkbox"/> Nam <input type="checkbox"/> Nữ Địa chỉ kinh doanh:	Tên phỏng vấn viên:
---	------------------------------

THÔNG TIN CÁ NHÂN (ĐT:.....)

Tuổi: Dân tộc: Kinh Khác
 Trình độ học vấn:/12, . Trung cấp; . CĐ/ĐH; Sau ĐH
 Quê quán của ông (bà):

1. THÔNG TIN TỔNG QUÁT

- 1.1 Ông (bà) kinh doanh đã được bao nhiêu năm rồi? năm
- 1.2 Ông bà có đăng ký Kinh doanh không?
- 1.3 Lý do mà Ông (bà) tham gia vào hoạt động kinh doanh này?
- 1.4 Ông (bà) có thực hiện các hoạt động kinh doanh nào khác (ngoài hoạt động làm thương lái/ vừa) hay không? Mô tả:.....
- 1.5 Ông (bà) vui lòng cho biết các tài sản nào được sử dụng vào quá trình kinh doanh của Ông (bà)?

Loại phương tiện	Xe cộ	Tàu/thuyền/ghe	Kho dự trữ
Mô tả chi tiết (loại tài sản, số lượng, giá trị, khấu hao hằng năm...)			

1.6 Chu kỳ kinh doanh trong năm 2013 của ông (bà):

Tháng	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Số ngày kinh doanh												

2. HOẠT ĐỘNG MUA BÁN LÚA

- 2.1 Địa bàn (huyện, tỉnh) mà ông (bà) thường thu mua lúa:
- 2.2 Các đối tượng mà ông (bà) mua bán lúa, gạo:.....
 - (1) Nông dân
 - (2) Thương lái khác

- (3) Nhà máy xay xát
- (4) Công ty lương thực
- (5)

2.3 Khối lượng lúa, gạo ông bà đã mua bán trong năm qua:

	Vụ Đông Xuân				Vụ Hè Thu				Vụ Thu Đông			
	Đổi tượng	Loại lúa	Khối lượng	Giá	Đổi tượng	Loại lúa	Khối lượng	Giá	Đổi tượng	Loại lúa	Khối lượng	Giá
Đvt												
Mua												
Bán												

	KHI MUA					KHI BÁN				
2.4 Xin hãy đánh giá mức độ tác động của các yếu tố sau đến sự hình thành giá cả (sử dụng thang điểm từ 1-5, theo thứ tự mức độ tác động tăng dần)										
1. Chất lượng (giống, % tằm)	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
2. Âm độ	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
3. Khối lượng ít hay nhiều	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
4. Khoảng cách vận chuyển	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
5. Phương thức thanh toán	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
6. Khác:	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
2.5 Ai là người quyết định giá cả trong quá trình mua, bán?										
1. Người bán	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
2. Người mua	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
3. Thỏa thuận	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
4. Theo giá thị trường	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
5. Khác:	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
2.6 Ông (bà) thường sử dụng hình thức nào để thanh toán?										
1. Trả trước toàn bộ.	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
2. Đặt cọc trước, phần còn lại trả khi nhận hàng xong.	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
3. Trả tiền mặt sau khi giao hết sản phẩm	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
4. Trả tiền sau (mua chịu - nợ một thời gian ngày).	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
5. Ký hợp đồng mua sản phẩm (bao tiêu).	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
6. Khác:	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
2.7 Thông thường, Ông (bà) mua bán lúa, gạo tại đâu?										
1. Tại nhà nông dân	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
2. Tại ruộng nông dân	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
3. Tại sở sở của Ông (bà)	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
4. Khác:	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				

2.8 Ông (bà) có tự xay xát lúa gạo không?

2.9 Bằng cách nào Ông (bà) biết được thông tin và tiếp cận với người mua/bán lúa?

Thông tin:

Tiếp cận:

2.10 Theo Ông(bà), để vận chuyển lúa, gạo cần phải có những phương tiện gì?

2.11 Ông (bà) dự trữ lúa, gạo như thế nào ?

Mục đích của việc dự trữ lúa:

2.12 Sau khi mua, Ông (bà) có tiến hành việc phân loại lúa hay không? Tiêu chí phân loại thế nào?.....

2.14 Ông (bà) có hợp tác với thương lái khác không? Nếu có, Ông (bà) cho biết hợp tác như thế nào?.....

2.15 Ông (bà) đánh giá như thế nào về mức độ cạnh tranh giữa các thương lái trong hoạt động thu mua?.....

2.16 Ông (bà) có phải tốn chi phí trung gian (“cò”, bôi trơn..) để mua, bán lúa không? Mô tả lại, chi phí đó là bao nhiêu?.....

3. CÁC LOẠI CHI PHÍ

Ông (bà) cho biết các khoản mục chi phí liên quan đến hoạt động thu mua?

TT	Hạng mục	Mô tả Khối lượng/chuyển	Chi phí mua (1.000đ/kg)	Chi phí bán (1.000đ/kg)
	Tổng chi phí			
1	Thuê mặt bằng			
2	Khấu hao máy móc, thiết bị			
3	Chi phí nguyên, nhiên liệu			
4	Chi phí marketing			
5	Chi phí vật tư, công cụ			
6	Tồn trữ, bảo quản			
6	Lao động gia đình			
7	Lao động thuê			
8	Lãi suất			
9	Thuế, phí			
10	Chi phí sơ chế, sấy khô			
11	Chi phí đóng gói, bao bì			
12	Khác			

4. NGUỒN TÀI CHÍNH CHỦ YẾU

4.1 Số vốn đầu tư ban đầu của Ông (bà) khoảng bao nhiêu?..... triệu đồng.

4.2 Ông (bà) có vay mượn tiền để kinh doanh lúa hay không?

Số tiền vay mượn: ?..... triệu đồng

4.2.1 Ông (bà) mượn/vay từ đâu?

Các nguồn tín dụng chính thức (ngân hàng, quỹ tín dụng,.....)

Các nguồn tín dụng phi chính thức (bạn bè, người thân, NGOs, nhóm tiết kiệm, tín dụng thương mại,.....)

4.2.2 Khi vay mượn tiền từ đối tượng trên, Ông (bà) đã gặp phải những khó khăn gì?

Mô tả:.....

5. ĐIỀU KIỆN KINH DOANH

5.1 Theo Ông (bà), những rào cản gì khi tham gia vào hoạt động mua bán lúa là gì? (đánh giá mức độ tác động của từng rào cản, mức độ tác động từ 1 > 5 theo mức độ tác động tăng dần)

1. Thiếu vốn đầu tư	1	2	3	4	5
2. Thiếu nguồn cung lúa					
3. Khó khăn về đầu ra sản phẩm					
4. Thuế cao					
5. Khó đăng ký kinh doanh					
6. Cạnh tranh cao					
7. Khác:					

5.3 Những nguyên tắc, qui định của thị trường, tác động của các thể chế, chính sách đối với hoạt động mua bán lúa gạo như thế nào?.....

5.4. Ông (bà) tiếp cận thông tin về thị trường từ các nguồn nào? Mức độ tiếp cận

5.5 Nhìn nhận của ông/bà từ lúc mua bán lúa, gạo cho đến nay thu nhập và cuộc sống của ông bà có xu hướng như thế nào? (bình thường, khá giả hơn, khó khăn hơn...)

5.6 Ông (bà) khả năng chuyển đổi sang nghề khác không? 1. Có 2. Không

5.7 Trong thời gian tới xu hướng của ông (bà) như thế nào?

1. Tiếp tục duy trì quy mô kinh doanh
2. Mở rộng quy mô kinh doanh
3. Thu hẹp quy mô kinh doanh
4. Chuyển đổi ngành nghề

5.8. Khó khăn/ thuận lợi đáng quan tâm nhất mà ông bà gặp phải trong quá trình kinh doanh?.....

Chân thành cảm ơn ông (bà) đã hỗ trợ, chúc ông (bà) thành công trong quá trình kinh doanh!!!

PHỤ LỤC 1.4:
BẢNG PHỎNG VẤN NHÀ MÁY XAY XÁT THAM GIA
CHUỖI GIÁ TRỊ SẢN PHẨM LÚA GẠO Ở TỈNH AN GIANG

Xin chào Ông/Bà, tôi tên là hiện là Nghiên cứu sinh, khoa Kinh tế, trường Đại học Cần Thơ. Tôi đang nghiên cứu luận án tiến sĩ về đề tài “**Giải pháp nâng cao giá trị gia tăng sản phẩm lúa gạo góp phần nâng cao thu nhập cho nông hộ nghèo trồng lúa ở tỉnh An Giang**”. Rất mong Ông (Bà) vui lòng dành ít thời gian để trả lời một số câu hỏi dưới đây. Tất cả ý kiến của Ông (Bà) đều có ý nghĩa đối với sự thành công của nghiên cứu. Tôi đảm bảo thông tin của Ông (Bà) sẽ được bảo mật. Chân thành cảm ơn sự cộng tác của Ông (Bà)

Tên đáp viên:..... <input type="checkbox"/> Nam <input type="checkbox"/> Nữ	Tên phỏng vấn viên:
Địa chỉ kinh doanh:.....

THÔNG TIN CÁ NHÂN (ĐT:.....)

Tuổi: Dân tộc: Kinh Khác
 Trình độ học vấn:/12, . Trung cấp; . CĐ/ĐH; . Sau ĐH
 Quê quán của ông (bà):

1. THÔNG TIN TỔNG QUÁT

- 1.1 Cơ sở kinh doanh của Ông (bà) đã được thành lập bao nhiêu năm rồi?năm
 1.2 Cơ sở KD của ông bà có đăng ký Kinh doanh không?
 1.3 Lý do mà Ông (bà) tham gia vào hoạt động kinh doanh này?.....
 1.4 Ông (bà) có thực hiện các hoạt động kinh doanh nào khác (ngoài hoạt động xay xát) hay không? Mô tả:.....
 1.5 Ông (bà) vui lòng cho biết các tài sản nào được sử dụng vào quá trình kinh doanh của Ông (bà)?

Loại phương tiện	Xe cộ	Tàu/thuyền/ghe	Kho dự trữ	Khác
Mô tả chi tiết (loại tài sản, số lượng, giá trị, khấu hao hằng năm...)				

1.6 Chu kỳ kinh doanh trong năm 2013 của ông (bà):

Tháng	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Số ngày kinh doanh												

2. HOẠT ĐỘNG MUA BÁN LÚA GẠO

- 2.1 Địa bàn (huyện, tỉnh) mà ông (bà) thường thu mua lúa, gạo:
 2.2 Các đối tượng mà ông (bà) mua bán lúa, gạo:
 (1) Nông dân
 (2) Thương lái

(3) Nhà máy xay xát khác

(4) Công ty lương thực

(5) Khác.....

2.3 Khối lượng lúa, gạo ông bà đã mua bán trong năm qua:

	Vụ Đông Xuân				Vụ Hè Thu				Vụ Thu Đông			
	Đối tượng	Loại	Khối lượng	Giá	Đối tượng	Loại	Khối lượng	Giá	Đối tượng	Loại	Khối lượng	Giá
Đvt												
Mua												
Bán												

	KHI MUA					KHI BÁN				
2.4 Xin hãy đánh giá mức độ tác động của các yếu tố sau đến sự hình thành giá cả (sử dụng thang điểm từ 1-5, theo thứ tự mức độ tác động tăng dần)										
1. Chất lượng (giống, % tẩm)	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
2. Âm độ	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
3. Khối lượng ít hay nhiều	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
4. Khoảng cách vận chuyển	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
5. Phương thức thanh toán	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
6. Khác:	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
2.5 Ai là người quyết định giá cả trong quá trình mua, bán?										
1. Người bán	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
2. Người mua	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
3. Thỏa thuận	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
4. Theo giá thị trường	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
5. Khác:.....	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
2.6 Ông (bà) thường sử dụng hình thức nào để thanh toán?										
1. Trả trước toàn bộ.	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
2. Đặt cọc trước, phần còn lại trả khi nhận hàng xong.	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
3. Trả tiền mặt sau khi giao hết sản phẩm	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
4. Trả tiền sau (mua chịu - nợ một thời gianngày).	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
5. Ký hợp đồng mua sản phẩm (bao tiêu).	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
6. Khác:.....	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
2.7 Thông thường, Ông (bà) mua bán lúa, gạo tại đâu?										
1. Tại nơi người bán	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
2. Tại sở sở của Ông (bà)	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
3. Khác:	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				

2.8 Tỷ lệ gạo thu được trên lượng lúa ông (bà) thu mua:

Cách xử lý phụ phẩm.....

Giá trị các phụ phẩm sau quá trình xay xát:

2.9 Bằng cách nào Ông (bà) biết được thông tin và tiếp cận với người mua/bán lúa?

Thông tin:

Tiếp cận:

2.10 Theo Ông (bà), để vận chuyển lúa, gạo cần phải có những phương tiện gì?.....

2.11 Ông (bà) dự trữ lúa, gạo như thế nào?.....

Mục đích của việc dự trữ lúa:

2.12 Sau khi mua, Ông (bà) có tiến hành việc phân loại lúa/gạo hay không? Tiêu chí phân loại thế nào?.....

2.13 Ông (bà) có hợp tác với thương lái không? Nếu có, Ông (bà) cho biết hợp tác như thế nào?.....

2.14 Ông (bà) có hợp tác với NMXX khác không? Nếu có, Ông (bà) cho biết hợp tác như thế nào?.....

2.15 Ông (bà) có hợp tác với CTLT không? Nếu có, Ông (bà) cho biết hợp tác như thế nào?.....

2.16 Ông (bà) đánh giá như thế nào về mức độ cạnh tranh giữa các nhà máy trong hoạt động thu mua lúa (gạo), bán lúa (gạo)?.....

2.17 Ông (bà) có phải tốn chi phí trung gian (“cò”, bồi trơn..) để mua, bán lúa gạo không? Mô tả lại, chi phí đó là bao nhiêu?.....

3. CÁC LOẠI CHI PHÍ

Ông (bà) cho biết các khoản mục chi phí liên quan đến hoạt động thu mua?

TT	Hạng mục	Mô tả Khối lượng/chuyên	Chi phí mua (1.000đ/kg)	Chi phí bán (1.000đ/kg)
	Tổng chi phí			
1	Thuê mặt bằng			
2	Khấu hao máy móc, thiết bị			
3	Chi phí nguyên, nhiên liệu			
4	Chi phí marketing			
5	Chi phí vật tư, công cụ			
6	Tồn trữ, bảo quản			
6	Lao động gia đình			
7	Lao động thuê			
8	Lãi suất			
9	Thuế, phí			
10	Chi phí sơ chế, sấy khô			
11	Chi phí đóng gói, bao bì			
12	Khác			

4. NGUỒN TÀI CHÍNH CHỦ YẾU

4.1 Số vốn đầu tư ban đầu của Ông (bà) khoảng bao nhiêu?..... triệu đồng.

4.2 Ông (bà) có vay mượn tiền để kinh doanh lúa hay không?

Số tiền vay mượn: triệu đồng.

4.2.1 Nếu có, Ông (bà) mượn/vay từ đâu?

Các nguồn tín dụng chính thức (ngân hàng, quỹ tín dụng,.....)

Các nguồn tín dụng phi chính thức (bạn bè, người thân, NGOs, nhóm tiết kiệm, tín dụng thương mại,.....)

4.2.2 Khi vay mượn tiền từ đối tượng trên, Ông (bà) đã gặp phải những khó khăn gì?

Mô tả:.....

5. ĐIỀU KIỆN KINH DOANH

5.1 Theo Ông (bà), những rào cản gì khi tham gia vào hoạt động mua bán lúa gạo là gì? (đánh giá mức độ tác động của từng rào cản, mức độ tác động từ 1 > 5 theo mức độ tác động tăng dần)

1. Thiếu vốn đầu tư	1	2	3	4	5
2. Thiếu nguồn cung lúa					
3. Khó khăn về đầu ra sản phẩm					
4. Thuế cao					
5. Khó đăng ký kinh doanh					
6. Cạnh tranh cao					
7. Khác:					

5.3 Những nguyên tắc, qui định của thị trường, tác động của các thể chế, chính sách đối với hoạt động mua bán gạo như thế nào?

5.4 Ông (bà) tiếp cận thông tin về thị trường từ các nguồn nào? Mức độ tiếp cận.....?

5.5 Nhìn nhận của ông/bà từ lúc mua bán lúa, gạo cho đến nay thu nhập và cuộc sống của ông bà có xu hướng như thế nào? (bình thường, khá giả hơn hay khó khăn hơn...)

5.6 Ông (bà) khả năng chuyển đổi sang nghề khác không? 1. Có 2. Không

5.7 Trong thời gian tới xu hướng của ông (bà) như thế nào?

1. Tiếp tục duy trì quy mô kinh doanh
2. Mở rộng quy mô kinh doanh
3. Thu hẹp quy mô kinh doanh
4. Chuyển đổi ngành nghề

5.8. Khó khăn/ thuận lợi đáng quan tâm nhất mà ông bà gặp phải trong quá trình kinh doanh?.....

Chân thành cảm ơn ông (bà) đã hỗ trợ, chúc ông (bà) thành công trong quá trình kinh doanh!!!

PHỤ LỤC 1.5:
BẢNG PHỎNG VẤN CÔNG TY LƯƠNG THỰC THAM GIA
CHUỖI GIÁ TRỊ SẢN PHẨM LÚA GẠO Ở TỈNH AN GIANG

Xin chào Ông/Bà, tôi tên là hiện là Nghiên cứu sinh, khoa Kinh tế, trường Đại học Cần Thơ. Tôi đang nghiên cứu luận án tiến sĩ về đề tài “**Giải pháp nâng cao giá trị gia tăng sản phẩm lúa gạo góp phần nâng cao thu nhập cho nông hộ nghèo trồng lúa ở tỉnh An Giang**”. Rất mong Ông (Bà) vui lòng dành ít thời gian để trả lời một số câu hỏi dưới đây. Tất cả ý kiến của Ông (Bà) đều có ý nghĩa đối với sự thành công của nghiên cứu. Tôi đảm bảo thông tin của Ông (Bà) sẽ được bảo mật. Chân thành cảm ơn sự cộng tác của Ông (Bà)

Tên đáp viên: <input type="checkbox"/> Nam <input type="checkbox"/> Nữ	Tên phỏng vấn viên:
Địa chỉ kinh doanh:

THÔNG TIN CÁ NHÂN (ĐT:.....)

Tuổi: Dân tộc: Kinh Khác
 Trình độ học vấn:/12, . Trung cấp; . CĐ/ĐH; . Sau ĐH

1. THÔNG TIN TỔNG QUÁT

- 1.1 Đơn vị đã được thành lập bao nhiêu năm rồi?.....năm
 1.2 Đơn vị có thực hiện các hoạt động kinh doanh nào khác hay không?
 Mô tả:.....
 1.3 Ông (bà) vui lòng cho biết các tài sản nào được sử dụng vào quá trình kinh doanh

Loại phương tiện	Xe cộ	Tàu/thuyền/ghe	Kho dự trữ	Khác
Mô tả chi tiết (loại tài sản, số lượng, giá trị, khấu hao hằng năm...)				

1.6 Chu kỳ kinh doanh trong năm 2013

Tháng	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
Số ngày kinh doanh												

2. HOẠT ĐỘNG MUA BÁN LÚA GẠO

- 2.1 Địa bàn (huyện, tỉnh) mà đơn vị thường thu mua lúa, gạo:
2. 2 Các đối tượng mà ông (bà) mua bán lúa, gạo:
- (1) Nông dân
 - (2) Thương lái
 - (3) Nhà máy xay xát khác
 - (4) Công ty lương thực
 - (5) Khác.....
- 2.3 Khối lượng lúa, gạo đã mua bán trong năm qua:

	Vụ Đông Xuân				Vụ Hè Thu				Vụ Thu Đông			
	Đối tượng	Loại	Khối lượng	Giá	Đối tượng	Loại	Khối lượng	Giá	Đối tượng	Loại	Khối lượng	Giá
Đvt												
Mua												
Bán												

	KHI MUA					KHI BÁN				
2.4 Xin hãy đánh giá mức độ tác động của các yếu tố sau đến sự hình thành giá cả (sử dụng thang điểm từ 1-5, theo thứ tự mức độ tác động tăng dần)										
1. Chất lượng (giống, % tẩm)	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
2. Âm độ	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
3. Khối lượng ít hay nhiều	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
4. Khoảng cách vận chuyển	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
5. Phương thức thanh toán	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
6. Khác:	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
2.5 Ai là người quyết định giá cả trong quá trình mua, bán?										
1. Người bán	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
2. Người mua	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
3. Thỏa thuận	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
4. Theo giá thị trường	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
5. Khác:	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
2.6 Đơn vị thường sử dụng hình thức nào để thanh toán?										
1. Trả trước toàn bộ.	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
2. Đặt cọc trước, phần còn lại trả khi nhận hàng xong.	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
3. Trả tiền mặt sau khi giao hết sản phẩm	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
4. Trả tiền sau (mua chịu - nợ một thời gianngày).	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
5. Ký hợp đồng mua sản phẩm (bao tiêu).	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
6. Khác:	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
2.7 Thông thường, hoạt động mua bán lúa, gạo tại đâu?										
1. Tại nơi người bán	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
2. Tại đơn vị	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				
3. Khác:	<input type="checkbox"/>					<input type="checkbox"/>				

2.8 Tỷ lệ gạo thu được trên lượng lúa ông (bà) thu mua:

Cách xử lý phụ phẩm.....

Giá trị các phụ phẩm sau quá trình xay xát:

2.9 Bằng cách nào Ông (bà) biết được thông tin và tiếp cận với người mua/bán lúa?

Thông tin:

Tiếp cận:

2.10 Theo Ông(bà), để vận chuyển lúa, gạo cần phải có những phương tiện gì?.....

2.11 Đơn vị đã dự trữ lúa, gạo như thế nào ?.....

Mục đích của việc dự trữ lúa gạo:

- 2.12 Sau khi mua, đơn vị có tiến hành việc phân loại lúa/gạo hay không? Tiêu chí phân loại thế nào?.....
- 2.13 Đơn vị có hợp tác với nông dân không? Nếu có, Ông (bà) cho biết hợp tác như thế nào?.....
- 2.14 Đơn vị có hợp tác với thương lái không? Nếu có, Ông (bà) cho biết hợp tác như thế nào?.....
- 2.15 Đơn vị có hợp tác với NMXX không? Nếu có, Ông (bà) cho biết hợp tác như thế nào?.....
- 2.16 Đơn vị có hợp tác với CTLT khác không? Nếu có, Ông (bà) cho biết hợp tác như thế nào?.....
- 2.17 Ông (bà) đánh giá như thế nào về mức độ cạnh tranh giữa các công ty trong hoạt động thu mua lúa (gạo), bán lúa (gạo)?.....
- 2.18 Ông (bà) có phải tốn chi phí trung gian (“cò”, bôi trơn..) để mua, bán lúa gạo không? Mô tả lại, chi phí đó là bao nhiêu?.....

3. CÁC LOẠI CHI PHÍ

Ông (bà) cho biết các khoản mục chi phí liên quan đến hoạt động thu mua?

TT	Hạng mục	Mô tả Khối lượng/chuyển	Chi phí mua (1.000đ/kg)	Chi phí bán (1.000đ/kg)
	Tổng chi phí			
1	Thuê mặt bằng			
2	Khấu hao máy móc, thiết bị			
3	Chi phí nguyên, nhiên liệu			
4	Chi phí marketing			
5	Chi phí vật tư, công cụ			
6	Tồn trữ, bảo quản			
6	Lao động gia đình			
7	Lao động thuê			
8	Lãi suất			
9	Thuế, phí			
10	Chi phí sơ chế, sấy khô			
11	Chi phí đóng gói, bao bì			
12	Chi phí xuất khẩu			
13	Khác			

4. NGUỒN TÀI CHÍNH CHỦ YẾU

4.1 Số vốn đầu tư ban đầu của đơn vị khoảng bao nhiêu?.....tỷ đồng.

4.2 Đơn vị có vay mượn tiền để kinh doanh lúa/gạo hay không?

Số tiền vay mượn: tỷ đồng.

4.2.1 Nếu có, Ông (bà) mượn/vay từ đâu?

Các nguồn tín dụng chính thức (ngân hàng, quỹ tín dụng,.....)

Các nguồn tín dụng phi chính thức (bạn bè, người thân, NGOs, nhóm tiết kiệm, tín dụng thương mại,.....)

4.2.2 Khi vay mượn tiền từ đối tượng trên, Ông (bà) đã gặp phải những khó khăn gì?

Mô tả:.....

5. ĐIỀU KIỆN KINH DOANH

5.1 Theo Ông (bà), những rào cản gì khi tham gia vào hoạt động mua bán lúa gạo là gì? (đánh giá mức độ tác động của từng rào cản, mức độ tác động từ 1 > 5 theo mức độ tác động tăng dần)

	1	2	3	4	5
1. Thiếu vốn đầu tư					
2. Thiếu nguồn cung lúa					
3. Khó khăn về đầu ra sản phẩm					
4. Thuế cao					
5. Khó đăng ký kinh doanh					
6. Cạnh tranh cao					
7. Khác:					

5.3 Những nguyên tắc, qui định của thị trường, tác động của các thể chế, chính sách đối với hoạt động mua bán gạo như thế nào?

5.4 Đơn vị tiếp cận thông tin về thị trường từ các nguồn nào? Mức độ tiếp cận.....?

5.6 Đơn vị sẽ chuyển đổi sang nghề khác không? 1. Có 2. Không

5.7 Trong thời gian tới xu hướng của ông (bà) như thế nào?

1. Tiếp tục duy trì quy mô kinh doanh

2. Mở rộng quy mô kinh doanh

3. Thu hẹp quy mô kinh doanh

5.8. Khó khăn/ thuận lợi đáng quan tâm nhất mà ông bà gặp phải trong quá trình kinh doanh?.....

Chân thành cảm ơn ông (bà) đã hỗ trợ, chúc ông (bà) thành công trong quá trình kinh doanh!!!

PHỤ LỤC 2

Kiểm định hiệu quả kỹ thuật, hiệu quả phân phối, hiệu quả chi phí không đổi theo quy mô (CRS) của nông hộ nghèo và không nghèo trồng lúa tại tỉnh An Giang

Group Statistics

SoNgheo		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
CRS_TE	1.00	70	.8427	.17124	.02047
	.00	180	.8580	.12493	.00931
CRS_AE	1.00	70	.5676	.25191	.03011
	.00	180	.7565	.13871	.01034
CRS_CE	1.00	70	.4953	.24403	.02917
	.00	180	.6507	.16202	.01208

Independent Samples Test

	Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means							
	F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference		
								Lower	Upper	
CRS_ TE	20.799	.000	Equal variances assumed	-0.779	248	.437	-.01529	.01963	-.05395	.02338
Equal variances not assumed			-0.680	98.888	.498	-.01529	.02249	-.05990	.02933	
CRS_ AE	12.320	.001	Equal variances assumed	-7.552	248	.000	-.18893	.02502	-.23820	-.13966
Equal variances not assumed			-5.935	85.772	.000	-.18893	.03183	-.25222	-.12564	
CRS_ CE	9.722	.002	Equal variances assumed	-5.856	248	.000	-.15544	.02655	-.20772	-.10315
Equal variances not assumed			-4.924	93.623	.000	-.15544	.03157	-.21812	-.09275	

Kiểm định hiệu quả kỹ thuật, hiệu quả phân phối, hiệu quả chi phí thay đổi theo quy mô (VRS) của nông hộ nghèo và không nghèo trồng lúa tại tỉnh An Giang

Group Statistics

SoNgheo		N	Mean	Std. Deviation	Std. Error Mean
VRS_TE	1.00	70	.9429	.08923	.01067
	.00	180	.9287	.08962	.00668
VRS_AE	1.00	70	.6236	.17934	.02144
	.00	180	.7457	.13710	.01022
VRS_CE	1.00	70	.5877	.18446	.02205
	.00	180	.6939	.15359	.01145

Independent Samples Test

		Levene's Test for Equality of Variances		t-test for Equality of Means						
		F	Sig.	t	df	Sig. (2-tailed)	Mean Difference	Std. Error Difference	95% Confidence Interval of the Difference	
									Lower	Upper
VRS_TE	Equal variances assumed	.008	.928	1.125	248	.261	.01419	.01261	-.01064	.03902
	Equal variances not assumed			1.128	126.260	.262	.01419	.01258	-.01071	.03909
VRS_AE	Equal variances assumed	.005	.943	-5.777	248	.000	-.12210	.02114	-.16372	-.08047
	Equal variances not assumed			-5.142	101.898	.000	-.12210	.02375	-.16920	-.07499
VRS_CE	Equal variances assumed	.280	.597	-4.633	248	.000	-.10623	.02293	-.15139	-.06107
	Equal variances not assumed			-4.276	108.193	.000	-.10623	.02484	-.15547	-.05699

Mô hình hồi quy các yếu tố ảnh hưởng đến thu nhập từ lúa của hộ nghèo

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.895 ^a	.800	.769	4.65559	1.809

a. Predictors: (Constant), GTGT_TrD_TanGao, So nhan khau trong lua, Kinhnghiem, ThamGiaDoanThe, Phan tram von tu co, TRINH_DO, GioiTinh, TBKT, Taphuan, DienTichLua_ha, Tuoibinhphuong

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.895 ^a	.800	.769	4.65559	1.809

a. Predictors: (Constant), GTGT_TrD_TanGao, So nhan khau trong lua, Kinhnghiem, ThamGiaDoanThe, Phan tram von tu co, TRINH_DO, GioiTinh, TBKT, Taphuan, DienTichLua_ha, Tuoibinhphuong

b. Dependent Variable: LNRong_canam

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	5043.546	11	458.504	21.154	.000 ^a
	Residual	1257.121	58	21.675		
	Total	6300.668	69			

a. Predictors: (Constant), GTGT_TrD_TanGao, So nhan khau trong lua, Kinhnghiem, ThamGiaDoanThe, Phan tram von tu co, TRINH_DO, GioiTinh, TBKT, Taphuan, DienTichLua_ha, Tuoibinhphuong

b. Dependent Variable: LNRong_canam

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-.13.509	8.698		-4.156	.000		
	Tuoibinhphuong	0.001	.001	.226	1.476	.082	.147	6.824
	So nhan khau trong lua	-0.197	.697	-.063	-.952	.379	.788	1.269
	TRINH_DO	0.044	.252	.062	.862	.589	.659	1.518
	Kinhnghiem	0.073	.113	.207	1.455	.048	.169	5.906
	GioiTinh	-0.440	2.070	-.062	-.898	.508	.714	1.401
	Taphuan	2.383	2.757	.159	1.954	.009	.520	1.924
	ThamGiaDoanThe	-2.359	5.758	-.058	-.806	.204	.663	1.508
	TBKT	6.087	4.948	.367	4.227	.000	.456	2.194
	DienTichLua_ha	2.894	3.826	.403	2.655	.021	.149	6.693
	Phan tram von tu co	-0.001	.048	.059	.451	.972	.198	5.051
	GTGT_TrD_TanGao	3.655	1.247	.638	7.228	.000	.442	2.264

a. Dependent Variable: LNRong_canam

Mô hình hồi quy các yếu tố ảnh hưởng đến thu nhập từ lúa của hộ không nghèo

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	.922 ^a	.850	.840	28.82076	1.915

a. Predictors: (Constant), GTGT_TrD_TanGao, Tuoibinhphuong, ThamGiaDoanThe, So nhan khau trong lua, Phan tram von tu co, DienTichLua_ha, GioiTinh, Taphuan, TRINH_DO, TBKT, Kinhnghiem

b. Dependent Variable: LNR_CaNam

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	774115.297	11	70374.118	84.723	.000 ^a
	Residual	137054.977	165	830.636		
	Total	911170.275	176			

a. Predictors: (Constant), GTGT_TrD_TanGao, Tuoibinhphuong, ThamGiaDoanThe, So nhan khau trong lua, Phan tram von tu co, DienTichLua_ha, GioiTinh, Taphuan, TRINH_DO, TBKT, Kinhnghiem

b. Dependent Variable: LNR_CaNam

Coefficients^a

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Tolerance	VIF
1	(Constant)	-67.285	22.866		-9.114	.000		
	Tuoibinhphuong	.003	.003	.111	2.523	.007	.467	2.140
	So nhan khau trong lua	-1.659	2.400	-.062	-2.001	.034	.938	1.066
	TRINH_DO	.264	.731	.033	.980	.256	.784	1.275
	Kinhnghiem	-.053	.315	-.010	-.225	.599	.464	2.155
	GioiTinh	-.358	8.877	-.002	-.066	.901	.875	1.143
	Taphuan	1.980	4.768	.030	.909	.200	.828	1.208
	ThamGiaDoanThe	-1.156	5.143	-.005	-.135	.487	.787	1.270
	TBKT	4.567	5.542	-.079	-2.111	.0012	.649	1.540
	DienTichLua_ha	10.464	1.300	.781	23.698	.000	.839	1.192
	Phan tram von tu co	.005	.144	.004	.126	.914	.928	1.078
	GTGT_TrD_TanGao	13.094	3.402	.419	11.794	.000	.722	1.385

a. Dependent Variable: LNR_CaNam

