

GIẢI PHÁP NÂNG CẤP CHUỖI GIÁ TRỊ GẠO ĐẶC SẢN “ST5” TỈNH SÓC TRĂNG

Võ Thị Thanh Lộc¹ và Nguyễn Phú Sơn

¹ Viện Nghiên cứu Phát triển Đồng bằng Sông Cửu Long, Trường Đại học Cần Thơ

Thông tin chung:

Ngày nhận: 25/04/2013

Ngày chấp nhận: 22/08/2013

Title:

Solutions for value chain of ST5 rice in Soc Trang province

Từ khóa:

Chuỗi giá trị, gạo ST5, giá trị gia tăng và tác nhân

Keywords:

Value chain, ST5 rice, added value and actors

ABSTRACT

Soc Trang, a coastal province in the Mekong Delta, Vietnam, occupies a large proportion of rice area in the agricultural economic structure of the province. Particularly, Soc Trang Province possesses the natural advantages to grow aromatic rice production due to high quality varieties of aromatic rice produced by the province itself such as "ST" varieties, particularly "ST5". This kind of rice varieties has reached both standards of productivity and quality, which has really brought higher income to rice farmers and contributed to the provincial economic development. However, there have been several factors with negative impacts on ST5 production and distribution in terms of mixed other varieties in the production and mixed rice in the distribution stage, which somehow negatively affect ST5 brand reputation in the market. The study of ST5 rice value chain aims to propose the solutions for upgrading, improving the competitiveness in quantity and export rice quality, and increasing the income and profit in the entire chain.

TÓM TẮT

Sóc Trăng là một trong những tỉnh ven biển đồng bằng sông Cửu Long có diện tích cây lúa chiếm tỉ trọng lớn trong cơ cấu kinh tế nông nghiệp của tỉnh. Đặc biệt, Sóc Trăng có ưu thế về điều kiện sản xuất lúa thơm chất lượng cao nhờ vào việc chọn tạo thành công các giống lúa thơm cao sản “ST” nói chung và “ST5” nói riêng. Giống lúa này đáp ứng cả hai tiêu chuẩn năng suất và chất lượng, đã thực sự đem lại thu nhập cao hơn cho nông dân và góp phần phát triển kinh tế của tỉnh. Tuy nhiên, có nhiều yếu tố tác động xấu đến sản xuất và tiêu thụ làm giảm uy tín thương hiệu trên thị trường như lẫn giống khác trong khâu sản xuất và lẫn lộn gạo khác trong khâu tiêu thụ. Nghiên cứu chuỗi giá trị gạo thơm ST5 nhằm đề xuất các giải pháp nâng cấp chuỗi, nâng cao khả năng cạnh tranh về số lượng và chất lượng xuất khẩu, nâng cao thu nhập và lợi nhuận toàn chuỗi.

1 ĐẶT VẤN ĐỀ

Việt Nam là nước xuất khẩu gạo có số lượng đứng hàng thứ hai trên thế giới kể từ năm 2005. Tuy là nước xuất khẩu lớn nhưng gạo Việt Nam xuất khẩu chủ yếu sang thị trường gạo cấp trung và cấp thấp, gạo đặc sản chỉ chiếm khoảng 10% trong tổng lượng gạo xuất khẩu (Võ Thị Thanh Lộc, 2012). Năm 2011, một số nước nhập khẩu gạo lớn ở Châu Á như Philippines và Indonesia sản xuất trúng mùa nên các nước này giảm sản

lượng nhập khẩu gạo. Mặt khác, các nước xuất khẩu gạo lại đưa gạo tồn kho ra thị trường với giá chào hàng thấp hơn gạo cùng loại của nước ta từ 100-150 USD/tấn làm cho tình hình xuất khẩu gạo gặp khó khăn. Những tháng cuối năm 2011 và đầu năm 2012 gạo thơm xuất khẩu có nhu cầu cao. Cụ thể, từ đầu năm 2012 đến nay Hiệp hội Lương thực Việt Nam (VFA) đã xuất hơn 40.000 tấn gạo thơm và hiện còn nhiều hợp đồng xuất khẩu loại gạo thơm này. Gạo “ST” hiện đang được xuất với giá từ 720-730 USD/tấn, giá gạo Jasmine thấp

hơn gạo ST khoảng 50-70USD/tấn, kể đến là những loại gạo thơm nhẹ khác (Hữu Đức, 2012).

Tình hình tiêu thụ trong nước thời gian qua cũng có thay đổi, nhu cầu ăn gạo ngon cũng tăng đối với người tiêu dùng có thu nhập khá và cao. Với nhu cầu gạo thơm ở thị trường trong nước và thế giới ngày càng tăng, khả năng thâm nhập của gạo thơm Việt Nam càng khả quan hơn. Hơn nữa, việc chọn tạo thành công các giống lúa thơm cao sản đã làm diện tích trồng lúa thơm ở các tỉnh đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL) nói chung và ở Sóc Trăng nói riêng đã tăng khá nhanh trong những năm qua, góp phần tăng thu nhập cho người trồng lúa. Đặc biệt diện tích trồng lúa thơm ở Sóc Trăng phát triển mạnh do chọn tạo thành công các giống lúa thơm cao sản “ST”, giống này đáp ứng cả hai tiêu chuẩn năng suất và chất lượng và thực sự đã đem lại thu nhập cao hơn cho nông dân. Tính đến 2012, diện tích trồng lúa thơm ST của tỉnh đạt trên 15.000 ha, trong đó diện tích lúa ST5 chiếm hơn 91% (SNN&PTNT, 2012).

Mặc dù diện tích sản xuất lúa ST nói chung và ST5 nói riêng có tăng, năng suất lúa không thua kém so với những giống lúa khác và giá cả luôn cao hơn từ 10% (Thái Thanh Tân, 2009) nhưng trong sản xuất và tiêu thụ có nhiều yếu tố tác động xấu đến hiệu quả sản xuất kinh doanh như sâu bệnh, nguồn cung cấp giống, giá cả sản phẩm đầu ra, quản lý hệ thống phân phối chưa tốt đã làm gạo ST5 lẫn với gạo khác làm giảm giá trị gạo ST5 cũng như giảm uy tín thương hiệu trên thị trường. Điều này đã làm hạn chế khả năng mở rộng diện tích sản xuất lúa ST5 của tỉnh. Nhìn chung, còn nhiều vấn đề trong sản xuất và tiêu thụ cần phải được đi sâu nghiên cứu, nhất là chất lượng gạo bị lẫn các loại gạo khác trong khâu tiêu thụ, nhằm giúp cho việc sản xuất và tiêu thụ sản phẩm gạo thơm ST5 phát triển tốt hơn. Chính vì vậy, việc phân tích chuỗi giá trị gạo ST5 nhằm đề xuất các giải pháp nâng cấp trong sản xuất và tiêu thụ theo nhu cầu thị trường, tăng giá trị gia tăng và phát triển bền vững chuỗi ngành hàng là rất cần thiết.

2 MỤC TIÊU NGHIÊN CỨU

2.1 Mục tiêu chung

Phân tích chuỗi giá trị gạo ST5 và các vấn đề liên quan nhằm đề xuất các giải pháp chiến lược nâng cấp chuỗi, nâng cao hiệu quả trong sản xuất

và tiêu thụ, góp phần phát triển bền vững sản phẩm gạo thơm ST5 của tỉnh.

2.2 Mục tiêu cụ thể

- Đánh giá thực trạng chuỗi giá trị sản phẩm gạo thơm ST5.
- Phân tích kinh tế chuỗi.
- Đề xuất các giải pháp nâng cấp chuỗi giá trị sản phẩm gạo ST5.

3 PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

3.1 Phương pháp tiếp cận

Nghiên cứu chuỗi giá trị gạo thơm ST5 dựa vào lý thuyết tiếp cận 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 (M4P, 2008).

3.2 Địa bàn nghiên cứu

Năm 2012 diện tích canh tác lúa thơm ST của tỉnh Sóc Trăng ước đạt trên 15.000 ha, trong đó lúa thơm ST5 là 13.780 ha, chiếm 91,9% (SNN&PTNT, 2012), năng suất bình quân đạt 5,2 tấn/ha, tổng sản lượng lúa ST5 trong năm 2012 ước đạt 71.698 tấn, trong đó có hai huyện Trần Đề và Mỹ Xuyên có diện tích gieo trồng giống ST5 chiếm gần 89%. Tuy nhiên, để chọn đầy đủ các vùng sinh thái khác nhau trong tỉnh có canh tác giống lúa ST5 chúng tôi chọn thêm huyện Ngã Năm, là huyện có thời gian ngập lũ trong năm và nhiều năm liền canh tác giống lúa ST5.

3.3 Cơ mẫu và quan sát mẫu

Tổng số quan sát mẫu là 63. Quan sát mẫu chọn bằng 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. Bảng dưới đây sẽ mô tả chi tiết cơ cấu quan sát mẫu.

Bảng 1: Cơ cấu quan sát mẫu

Tác nhân	Số quan sát mẫu
1. Nông dân	53
- Huyện Trần Đề	21
- Huyện Mỹ Xuyên	25
- Huyện Ngã Năm	7
2. Cò lúa	3
3. Thương lái	3
4. Công ty, doanh nghiệp	4
Tổng cộng	63

53 nông dân bao gồm cả nông dân thuộc HTX và THT

3.4 Phương pháp thu thập dữ liệu

Dữ liệu thứ cấp: Các thông tin liên quan đến sản xuất và tiêu thụ gạo thơm nói chung và ST5 nói riêng được thu thập từ nguồn Sở Nông Nghiệp và PTNT tỉnh Sóc Trăng, phòng Nông nghiệp các huyện Trần Đề, Mỹ Xuyên và Ngã Năm. Ngoài ra, các thông tin chung từ chuỗi ngành hàng lúa gạo được thu thập qua báo, đài, internet và các nghiên cứu của các Viện/Trường.

Dữ liệu sơ cấp:

- Phỏng vấn trực tiếp bằng bảng câu hỏi cấu trúc đối với đại diện tác nhân tham gia chuỗi như nông dân (ND), thương lái (TL), cò lúa (CL), công ty (CT);
- Phỏng vấn trực tiếp bằng bảng câu hỏi bán cấu trúc các nhà hỗ trợ và chuyên gia lúa gạo.

3.5 Phương pháp phân tích

- Đối với mục tiêu 1: sử dụng phương pháp phân tích định tính và thống kê mô tả và phương pháp phân tích chuỗi giá trị.
- Đối với mục tiêu 2: sử dụng phương pháp phân tích lợi ích chi phí.
- Đối với mục tiêu 3: sử dụng phương pháp phân tích ma trận SWOT và kết quả các phân tích các mục tiêu trên.

4 KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

4.1 Thông tin chung nông dân trồng lúa

Qua kết quả điều tra, nông dân trồng lúa có tuổi trung bình là 53 tuổi, phổ biến từ 30-60 tuổi; 93% nam tham gia trả lời phỏng vấn; 60% tham gia phỏng vấn là người Khmer, 38% là người Kinh, 2% người Hoa những người có kinh nghiệm trồng lúa phổ biến từ 10-50 năm, trong đó 47% đáp viên có trình độ văn hóa cấp I, 37% cấp II và 16% cấp III; số nhân khẩu trung bình là 4 nhân khẩu/hộ.

4.2 Tình hình sản xuất và tiêu thụ lúa gạo

Trong những năm gần đây, sự nỗ lực của các nhà khoa học ở Sóc Trăng trong việc sưu tầm, chọn lọc, lai tạo giống đã đưa ra sản xuất nhiều

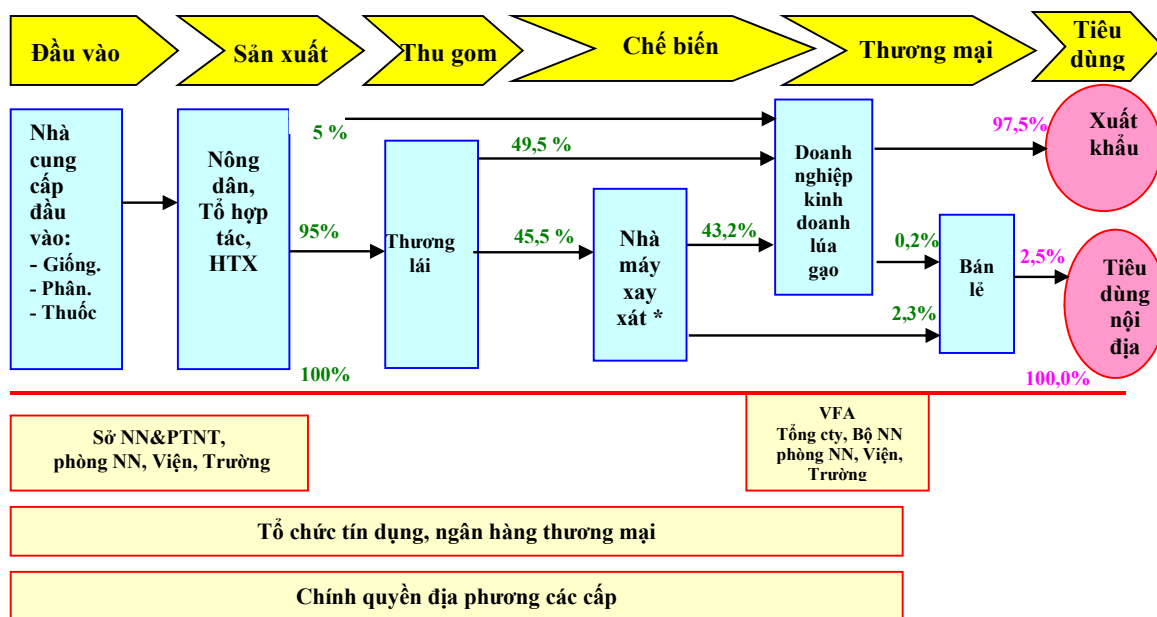
giống lúa thơm phù hợp điều kiện sản xuất của tỉnh, giống có hạt gạo thơm ngon và năng suất cao. Từ năm 2005, giống ST5 được sản xuất và đã phát triển nhanh chóng ở Sóc Trăng và một số tỉnh ven biển ĐBSCL. Năm 2006, Sóc Trăng có 3.288 ha canh tác giống lúa ST5 và đến năm 2011 diện tích đã tăng hơn 11.200 ha (gấp 3,4 lần), đặc biệt là vùng Tôm - Lúa đã tăng thêm 5.000 ha. Năm 2012, diện tích sản xuất lúa thơm ST5 là 13.780 ha (tăng 23% so với năm 2011). Giá thu mua lúa thơm ST5 trong thời gian qua luôn cao hơn giá lúa thường trên 10%, mùa vụ năm 2011 – 2012 mức chênh lệch này có lúc lên trên 40%. Hiện tại, giá xuất khẩu gạo thơm ST5 thấp nhất là 700 USD/tấn, trong khi giá gạo thường chỉ ở mức 420-450 USD/tấn.

Kết thúc năm lương thực 2012, diện tích sản xuất lúa thơm ST5 ở Sóc Trăng đạt 13.788 ha, sản lượng lúa thu hoạch đạt 71.698 tấn, sau khi trừ thất thoát lúa trên đồng trung bình 9,8% (Võ thị Thanh Lộc và *ctv.*, 2011) còn lại 64.671 tấn. Lượng lúa để lại làm giống là 2.640 tấn cho 20.000 ha theo kế hoạch sản xuất năm 2013 (lúa giống sử dụng trung bình 120 kg/ha, cộng 10% dự phòng, tổng cộng 132 kg/ha). Lượng lúa còn lại qua xay xát là 62.031 tấn sau khi trừ đi lượng gạo thất thoát sau xay xát 6,47%, lượng gạo để ăn trong khu vực sản xuất lúa ST5 là 2.639 tấn (lượng lúa giữ lại để ăn chỉ có ở khu vực Tôm – Lúa), lượng gạo hàng hóa ST5 còn lại trong năm 2012 là 25.127 tấn (*Theo ý kiến của các chuyên gia, gạo ST5 tỉ lệ thu hồi sau xay chà đạt bình quân 48% gạo và 5% tấm*).

4.3 Sơ đồ và mô tả chuỗi giá trị gạo ST5

4.3.1 Chức năng và tác nhân tham gia chuỗi giá trị gạo ST5

Chuỗi giá trị gạo ST5 của tỉnh Sóc Trăng (Hình 1) bao gồm 5 chức năng từ khâu đầu vào (nhà cung cấp giống, phân bón...), khâu sản xuất (nông dân, câu lạc bộ, hợp tác xã...), khâu thu gom (thương lái), khâu chế biến (nhà máy xay xát, lau bóng gạo), khâu thương mại (công ty) và tiêu dùng. Năm 2012, lượng gạo hàng hóa ST5 là 25.127 tấn được phân phối theo sơ đồ dưới đây.



Hình 1: Sơ đồ chuỗi giá trị gạo ST5 tỉnh Sóc Trăng

* Nhà máy xay xát gạo ST5 trực thuộc doanh nghiệp kinh doanh lúa gạo nhưng hạch toán riêng

Nguồn cung đầu vào như phân bón, thuốc bảo vệ thực vật luôn đáp ứng đủ cho người sản xuất. Riêng nguồn cung lúa giống hàng năm thấp hơn nhu cầu là do nhà nước thiếu kinh phí để đầu tư phát triển giống chất lượng theo yêu cầu sản xuất và nông dân phát triển diện tích tự phát làm thiếu lúa giống. Lúa giống cấp nguyên chủng và xác nhận mới đáp ứng khoảng 30% nhu cầu sản xuất hàng năm. Nhà nước chỉ hỗ trợ cho việc sản xuất giống siêu nguyên chủng (nhưng không được thường xuyên), riêng phần sản xuất giống nguyên chủng và xác nhận là do tư nhân và nông dân thực hiện. Trong sơ đồ chuỗi giá trị trên, lúa gạo được phân phối như sau:

- Lúa ST5 sản xuất đa phần nông dân (ND) bán cho thương lái (TL) 95%, giữa ND và TL có lực lượng “cò” môi giới với chi phí 20đ/kg lúa, nếu có thực hiện thêm chức năng thu gom để giao cho TL thì TL trả phí 100đ/kg lúa.
- ND bán 5% lúa ST5 trực tiếp cho các công ty kinh doanh lúa gạo (CT).
- TL bán 45,5% lúa cho nhà máy xay xát (NMXX) và bán cho doanh nghiệp kinh doanh lúa gạo 49,5%.
- NMXX bán cho doanh nghiệp kinh doanh lúa gạo 43,2% và bán lẻ 2,3%

- Công ty kinh doanh lúa gạo bán lẻ trong thị trường nội địa 0,2% và xuất khẩu 97,5%.

Phần lớn lượng lúa ST5 được thương lái và công ty thu mua đem xay xát chế biến ngoài tỉnh trước khi đưa đi tiêu thụ. Đối với mặt hàng gạo ST5 chủ yếu được xuất khẩu (97,5%) và tiêu dùng nội địa rất thấp (2,5%).

4.3.2 Kênh thị trường chuỗi

Chuỗi giá trị gạo ST5 bao gồm kênh tiêu dùng nội địa và kênh xuất khẩu. Chuỗi giá trị gạo ST5 xuất khẩu do CT kinh doanh lương thực đảm trách, có 3 kênh thị trường gồm (1) Kênh 1: giữa CT và ND sản xuất tỷ lệ này còn thấp (5,0%), đây là hình thức phân phối lúa gạo có kênh thị trường ngắn nhất và hiệu quả cao đối với người sản xuất; (2) Kênh 2: lúa được bán qua thương lái và CT; (3) Kênh 3: lúa gạo được bán qua 3 tác nhân trung gian đó là TL, NMXX và CT. Lượng gạo ST5 xuất khẩu chiếm 97,5% tổng lượng gạo hàng hóa ST5 của tỉnh. Chuỗi giá trị gạo xuất khẩu chủ yếu do CT lương thực của tỉnh và một số doanh nghiệp tư nhân có chức năng xuất khẩu thực hiện. Riêng CT lương thực của tỉnh do thiếu kho dự trữ lúa và cơ sở xay xát nên chủ yếu thu mua gạo nguyên liệu về lau bóng xuất khẩu, giá thành sản phẩm thường cao và khó kiểm soát được chất lượng gạo, điều này cũng gây khó khăn cho doanh

ngiệp trong việc đảm bảo đúng chất lượng khi giao hàng.

Chuỗi giá trị gạo ST5 tiêu thụ trên kênh nội địa có lượng gạo tiêu thụ rất thấp, chiếm 2,5% sản lượng gạo ST5. Công ty đóng vai trò người bán si/lê để bán gạo ở thị trường nội địa (0,2%) và thêm nhà bán si/lê gạo nội địa được cung cấp bởi NMXX (2,3%). Hiện nay đa số các NMXX và doanh nghiệp tư nhân kinh doanh lúa gạo ST5 đều có thiết bị sấy, xay chà, lau bóng để giảm chi phí trong quá trình chế biến và kiểm soát chất lượng gạo.

4.3.3 Nhà hỗ trợ chuỗi

Về hoạt động hỗ trợ trong khâu sản xuất có các tổ chức thuộc Sở Nông nghiệp & Phát triển Nông thôn (Trung tâm Khuyến nông, Chi cục BVTV, Trung tâm Giống) hỗ trợ tổ chức tập huấn kỹ thuật; các dự án ODA (của DANIDA, CIDA...) hỗ trợ lúa giống để mở rộng diện tích, tập huấn kỹ thuật canh tác, tập huấn IPM, xây dựng mô hình

sản xuất theo tiêu chuẩn GAP; các đơn vị cung cấp đầu vào, ngân hàng, một số doanh nghiệp tiêu thụ sản phẩm (hỗ trợ ứng trước giống, phân, thuốc BVTV và hướng dẫn kỹ thuật canh tác...). Một số đơn vị kinh doanh lúa gạo có tổ chức xây dựng vùng nguyên liệu chi trả cho người tổ chức tại địa phương mức 25đ/kg, hỗ trợ ứng trước giống, phân bón và một số thuốc BVTV được trả vào cuối vụ.

4.4 Phân tích kinh tế chuỗi giá trị gạo ST5

Dữ liệu phân tích kinh tế chuỗi dựa vào số liệu thu thập trên các tác nhân tham gia chuỗi được đề cập trong Bảng 1.

Trong cơ cấu giá thành sản xuất lúa ST5 của ND trong năm 2012 thì chi phí đầu vào chiếm 43,86% và chi phí tăng thêm chiếm 56,14%. Tất cả các tiêu chí được thực hiện trong phân tích kinh tế chuỗi đều được qui ra gạo và lúc này giá thành 1 kg lúa có giá được qui đổi là 6.685đ/kg gạo.

Bảng 2: Cơ cấu chi phí sản xuất lúa của nông dân

STT	Khoản chi	đ/kg	Tỉ trọng (%)
1	Chi phí đầu vào: giống, phân, thuốc	1.916	43,86
2	Chi phí tăng thêm	2.453	56,14
2.1	Làm đất, gieo sạ, bơm nước, dặm lúa	1.305	29,86
2.2	Khấu hao, dụng cụ sản xuất	180	4,12
2.3	Chi phí lưu thông mua đầu vào (phân, giống)	353	8,08
2.4	Chi ăn uống xuống giống và thu hoạch	212	4,85
2.5	Lãi vay ngân hàng	404	9,24
3	Tổng giá thành lúa	4.369	100,00
	Giá thành sản xuất lúa qui ra giá gạo (giá lúa khô x 1,5)*	6.685	

* Tỷ lệ qui đổi giá lúa sang giá gạo = $(1/(0,48+(1/3*52\%))) = 1/0,65 = 1,53$

Mức qui đổi giá lúa qua giá gạo được tính trên tổng mức thu hồi gạo xay chà đối với lúa ST5 (gạo 5% tằm) bình quân đạt 48%, thu hồi phụ phẩm bình quân được 17%, tổng mức thu hồi 1 kg lúa sau xay xát là 65% (48% + 17% = 65%), tỉ lệ qui đổi 1 kg lúa sang 1 kg gạo bình quân 1,53 (1/0,65)

Giá trị gia tăng thuần (lợi nhuận/kg) qua ba kênh tiêu thụ nội địa được mô tả như sau:

– Kênh 1: Nếu gạo ST5 được phân phối qua tất cả các tác nhân tham gia chuỗi thì nông dân có lợi nhuận/kg cao nhất (74,54%), thấp nhất là thương lái (2,43%).

– Kênh 2: Khi công ty không tham gia thị trường nội địa thì lợi nhuận/kg mang lại cho NMXX tăng 900đ/kg, lúc này lợi nhuận/kg của nông dân không đổi (4.909đ/kg).

– Kênh 3: Khi nông dân bán lúa trực tiếp cho công ty thì lợi ích mang lại cho họ cao hơn (tăng

406đ/kg làm tăng tỷ trọng lợi nhuận/kg từ 74,54% lên 78,47% so với kênh 1.

– Lợi nhuận/kg của nông dân trong kênh xuất khẩu cao hơn tiêu thụ nội địa và trong trường hợp nông dân bán trực tiếp cho công ty (tăng từ 11.594đ/kg lên 11.800đ/kg). Khi ít tác nhân tham gia thị trường thì lợi ích nông dân càng cao (lợi nhuận/kg tăng từ 82,16% lên 85%).

Ngoài ra, đối với các CT xuất khẩu không có nhà máy chế biến, do mua gạo thành phẩm nên CT khó kiểm soát được chất lượng gạo khi đưa vào xay chà dẫn đến chất lượng gạo của CT bị

trộn lẫn, đây cũng là một trong những nguyên nhân làm cho gạo thơm của Việt Nam trong xuất khẩu giá không cao và mất uy tín trên thị trường. Bảng 3 dưới đây sẽ phân tích tổng hợp kinh tế

chuỗi giá trị gạo ST5 với tổng sản lượng năm 2012 là 26.268 tấn, trong đó xuất khẩu 25.592 tấn và tiêu thụ nội địa 676 tấn.

Bảng 3: Phân tích tổng hợp kinh tế chuỗi giá trị gạo ST5

	ND	TL	Nhà máy	CT	Tổng
Chuỗi giá trị gạo ST5 nội địa					
1. Sản lượng (tấn)	676	676	626	50	
2. Giá bán (kg)	11.594	11.882	13.100	14.352	
3. Lợi nhuận (đ/kg)	4.909	160	1.608	95	
4. Tổng lợi nhuận (tỉ đồng)	3,32	0,108	1,01	0,047	4,49
5. Tổng thu nhập (tỉ đồng)	7,84	8,03	8,2	0,72	24,79
6. % Tổng lợi nhuận	74,05	2,41	22,46	1,07	100,00
7. % Tổng thu nhập	31,62	32,40	33,08	2,89	100,00
Chuỗi giá trị gạo ST5 xuất khẩu					
1. Sản lượng (tấn)	25.592	24.336	11.886	25.592	
2. Giá bán (kg)	11.594	11.882	13.100	14.352	
3. Lợi nhuận (đ/kg)	4.909	160	708	198	
4. Tổng lợi nhuận (tỉ đồng)	125,62	3,89	8,42	5,08	143,01
5. Tổng thu nhập (tỉ đồng)	296,71	289,16	55,71	67,30	1.108,87
6. % Tổng lợi nhuận	87,85	2,72	5,88	3,54	100,00
7. % Tổng thu nhập	26,76	26,08	14,04	33,12	100,00
Tổng hợp chuỗi giá trị gạo ST5 (bao gồm xuất khẩu và tiêu thụ nội địa)					
1. Sản lượng (tấn)	26.268	25.012	12.512	25.642	
2. Giá bán (kg)	11.594	11.882	13.100	14.352	
3. Lợi nhuận (đ/kg)	4.909	160	753	199	
4. Tổng lợi nhuận (tỉ đồng)	128,94	4,00	9,42	5,12	147,48
5. Tổng thu nhập (tỉ đồng)	304,55	297,19	163,91	368,02	1.134,66
6. % Tổng lợi nhuận	87,43	2,71	6,39	3,47	100,00
7. % Tổng thu nhập	26,86	26,21	14,46	32,46	100,00

Nguồn: Kết quả điều tra các tác nhân tham gia chuỗi, 2012

– Trong tổng lợi nhuận chuỗi giá trị gạo ST5 thì lợi nhuận theo kênh xuất khẩu chiếm 97,3% ((143,01/147,47)*100), tiêu thụ nội địa chiếm không đáng kể. Trong đó, nông dân có tổng lợi nhuận cao nhất toàn chuỗi giá trị lúa gạo ST5 (chiếm 87,43%). Tuy nhiên, chỉ tiêu này không phản ánh đời sống nông dân trồng lúa tốt hơn mà chỉ tiêu lợi nhuận/hộ hoặc lợi nhuận/ha sẽ là những chỉ tiêu phản ánh tốt hơn sinh kế nông hộ.

– Tổng thu nhập của các tác nhân trong chuỗi gạo ST5 giữa các tác nhân chênh lệch không đáng kể, trong khi lợi nhuận của nông dân tăng rất cao điều này chứng tỏ chi phí chuỗi của nông dân là thấp nhất.

4.5 Phân tích SWOT

Mục đích việc phân tích SWOT - phân tích điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội, thách thức trong chuỗi giá trị ngành hàng gạo ST5 - để có cái nhìn tổng thể về sản xuất và tiêu thụ sản phẩm, xác định các cơ hội nhằm hướng đến lợi nhuận gia tăng trong tương lai cũng như xác định những điểm nghẽn chính yếu trong quá trình sản xuất để đề ra chiến lược thích hợp nhằm nâng cấp chuỗi hàng hóa trong thời gian tới (xem chi tiết tiểu mục 4.6). Sản xuất và tiêu thụ lúa ST5 trong tỉnh có những điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức như trong bảng sau.

Bảng 4: Phân tích SWOT chuỗi ngành hàng gạo ST5

	CƠ HỘI (O)	THÁCH THỨC (T)
	<p>O₁: Nhu cầu gạo thơm trong nước và xuất khẩu lớn.</p> <p>O₂: Thương hiệu gạo thơm Việt Nam đang phát triển.</p> <p>O₃: Có chủ trương phát triển của Bộ và tỉnh.</p> <p>O₄: Dự án Năng lực cạnh tranh (ACP) đầu tư phát triển cánh đồng mẫu lớn.</p> <p>O₅: Dự án CIDA (hỗ trợ DNNVV và Hộ sản xuất kinh doanh nhỏ).</p>	<p>T₁. Cạnh tranh của các loại gạo chất lượng cao khác trong và ngoài Nước.</p> <p>T₂. Diện tích trồng lúa thơm ở các tỉnh vùng ven biển ĐBSCL đang tăng nhanh.</p> <p>T₃. Còn một tỷ lệ gạo ST5 xuất theo đường tiểu ngạch làm ảnh hưởng đến thương hiệu.</p>
<p>ĐIỂM MẠNH (S)</p> <p>S₁. Điều kiện đất đai thích hợp để sản xuất giống ST5.</p> <p>S₂. Có vùng sản xuất tập trung với qui mô lớn (từ 500 đến lớn hơn 1.000ha).</p> <p>S₃. Nông dân có kinh nghiệm sản xuất giống ST5 và sản xuất theo GAP.</p> <p>S₄. Giống lúa có chất lượng cao, dễ bán, giá bán cao so với giá lúa thường</p> <p>S₅. Đã có nhãn hiệu hàng hóa gạo thơm Sóc Trăng.</p> <p>S₆. Diện tích có thể mở rộng.</p> <p>S₇. Có kinh nghiệm trong việc liên kết sản xuất & tiêu thụ.</p>	<p><i>S₁₋₇ O₁₋₅ : Mở rộng qui mô sản xuất đi đôi với việc tăng cường liên kết trong sản xuất & tiêu thụ.</i></p>	<p><i>S₄₋₅ T₁₋₃ : Tăng cường các hoạt động phát triển và bảo vệ thương hiệu của sản phẩm.</i></p>
<p>ĐIỂM YẾU (W)</p> <p>W₁: Sản lượng lúa giống chưa đáp ứng đủ cho nhu cầu sản xuất</p> <p>W₂: Chưa kiểm soát được chất lượng gạo trong khâu tiêu thụ.</p> <p>W₃. Hệ thống phân phối nội địa còn hạn chế.</p> <p>W₄. DN chế biến chưa xây dựng được vùng nguyên liệu</p> <p>W₅. Năng lực dự trữ và chế biến trong tỉnh còn hạn chế.</p> <p>W₆: Chất lượng giống suy giảm do thụ phấn chéo và do tình trạng lẫn giống.</p>	<p><i>W₂₋₃W₆O₁₋₃ : Tổ chức lại hệ thống kênh phân phối theo hướng phát triển thị trường nội địa, tăng cường kiểm soát chất lượng sản phẩm trong phân phối.</i></p>	<p><i>W₁W₄₋₆T₁₋₂ : Đầu tư năng lực sản xuất lúa giống, dự trữ và xay xát chế biến để giảm chi phí sản xuất và kiểm soát chặt chẽ chất lượng sản phẩm.</i></p>

4.6 Chiến lược và giải pháp nâng cấp chuỗi

4.6.1 Chiến lược nâng cấp chuỗi

Qua kết quả phân tích chuỗi giá trị gạo ST5 và phân tích SWOT, nhóm nghiên cứu đề xuất các chiến lược nâng cấp chuỗi như sau:

Chiến lược 1: Mở rộng qui mô sản xuất đi đôi với việc tăng cường liên kết trong sản xuất và tiêu thụ (liên kết ngang và liên kết dọc).

Chiến lược 2: Tổ chức lại hệ thống kênh phân phối nội địa theo hướng phát triển thị trường nội

địa và tăng cường kiểm soát chất lượng sản phẩm trong phân phối sản phẩm xuất khẩu.

Chiến lược 3: Tăng cường các hoạt động phát triển và bảo vệ thương hiệu sản phẩm gạo ST5.

Chiến lược 4: Đầu tư năng lực sản xuất lúa giống, dự trữ và xay xát chế biến để các doanh nghiệp chủ động nguồn hàng hóa trong kinh doanh và kiểm soát chặt chẽ chất lượng sản phẩm trong khâu tiêu thụ. Chiến lược này giúp giảm giá thành sản phẩm từ khâu sản xuất đến khâu chế biến đồng thời giữ sự ổn định về chất lượng gạo, giữ được uy tín đối với khách hàng và giúp đối

phó với việc canh tranh trong tương lai khi diện tích lúa thơm ở các tỉnh ven biển ĐBSCL (cung lớn hơn cầu về gạo ST5).

Qua các chiến lược đề xuất, trong điều kiện hiện tại cần ưu tiên phát triển chiến lược 1: Mở rộng qui mô sản xuất đi đôi với việc tăng cường liên kết trong sản xuất và tiêu thụ để tận dụng lợi thế hiện có của tỉnh để mở rộng diện tích sản xuất lúa thơm chất lượng cao. Điểm mấu chốt để thực hiện chiến lược 1 là giải quyết điểm nghẽn trong việc cung cấp giống đáp ứng việc mở rộng diện tích trong thời gian tới. Đồng thời với việc mở rộng diện tích thì chiến lược đầu tư hậu cần chuỗi để nâng cao năng lực dự trữ và xay xát chế biến (chiến lược 4) giúp các doanh nghiệp chủ động nguồn hàng hóa trong kinh doanh và kiểm soát chặt chẽ chất lượng sản phẩm trong khâu tiêu thụ, nếu doanh nghiệp không kiểm soát được chất lượng gạo ST5 thì nguy cơ mất thị phần trên thị trường hiện có là rất lớn.

4.6.2 Giải pháp nâng cấp chuỗi

Trong những năm gần đây diện tích sản xuất lúa ST5 tăng rất nhanh, nhưng nguồn cung ứng lúa giống hàng năm chỉ đạt khoảng 30% nhu cầu và không ổn định. Đặc biệt, năm 2012 khi nhu cầu lúa giống ST5 trong và ngoài tỉnh phát triển mạnh thì đã xảy ra hiện tượng “sốt giống”. Để giải quyết điểm nghẽn trong khâu cung ứng giống đúng phẩm cấp đáp ứng nhu cầu sản xuất cần có kế hoạch **đầu tư mạng lưới sản xuất lúa giống** cung cấp cho sản xuất theo qui hoạch phát triển sản xuất lúa thơm của tỉnh đến 2015. Ngoài ra, cần có giải pháp **kiểm soát chất lượng gạo trong khâu tiêu thụ** giúp giữ được thị trường tiêu thụ ổn định và mở rộng trong thời gian tới.

Giải pháp Đầu tư mạng lưới sản xuất lúa giống: Các hoạt động được đề xuất như sau:

– Hoạt động 1: Khảo sát hiện trạng năng lực sản xuất lúa giống.

– Hoạt động 2: Xác định nhu cầu lúa giống ST5 hàng năm để có kế hoạch sản xuất giống phù hợp.

– Hoạt động 3: Qui hoạch vùng sản xuất lúa giống ST5. Sản xuất lúa giống với phương châm Nhà nước và nhân dân cùng làm. Nhà Nước đầu tư sản xuất giống siêu nguyên chủng; hỗ trợ các đơn vị sự nghiệp, doanh nghiệp sản xuất giống

nguyên chủng; và xây dựng mạng lưới sản xuất giống xác nhận tại nông hộ.

– Hoạt động 4: Xây dựng mạng lưới sản xuất lúa giống. Về lâu dài, cần hỗ trợ cho doanh nghiệp sản xuất lúa giống siêu nguyên chủng, nguyên chủng để bảo đảm chất lượng giống từ đầu vào đến đầu ra, nhất là công ty đang phát triển vùng nguyên liệu cần quản lý và kiểm soát giống trong sản xuất và chất lượng gạo ST5 trong tiêu thụ. Đồng thời, hỗ trợ nông dân xây dựng mạng lưới sản xuất giống xác nhận.

– Hoạt động 5: Hội thảo tổng kết sản xuất giống hàng năm.

– Hoạt động 6: Xây dựng và củng cố tổ/nhóm sản xuất lúa giống thông qua việc tập huấn và tư vấn kỹ năng quản lý tổ/nhóm, lập kế hoạch và hạch toán sản xuất kinh doanh, kiến thức thị trường cho các tổ/nhóm.

– Hoạt động 7: Tư vấn xây dựng các mô hình liên kết trong sản xuất và tiêu thụ lúa gạo ST5.

Giải pháp tăng cường năng lực dự trữ, chế biến cho doanh nghiệp tiêu thụ lúa gạo:

– Khuyến khích doanh nghiệp trong tỉnh đầu tư kinh phí xây dựng cụm kho và lò sấy để có thể tổ chức thu mua lúa và sấy lúa nhanh giảm thất thoát và giảm chất lượng lúa thơm. Các doanh nghiệp tiêu thụ gạo thơm cần liên kết với nông dân, tổ chức vùng nguyên liệu để có nguồn hàng ổn định và kiểm soát được chất lượng hàng hóa ngay từ đầu. Đây là nền tảng để các doanh nghiệp xây dựng thương hiệu hàng hóa.

– Các doanh nghiệp cần đầu tư nâng cấp và đầu tư mới nhà máy xay xát gạo giúp nâng cao chất lượng gạo xay xát và giảm giá thành trong khâu chế biến, tăng khả năng cạnh tranh trong khâu tiêu thụ hàng hóa.

– Cần tổ chức liên kết ngang giữa các doanh nghiệp để chia sẻ hậu cần chuỗi gạo ST5 cũng như đảm bảo đầu ra về số lượng, chất lượng theo nhu cầu thị trường, nâng cao năng lực cạnh tranh, phát triển thương hiệu cũng như tính bền vững của chuỗi giá trị gạo ST5.

– Cơ quan chuyên môn cần tổ chức các lớp tập huấn về *cách tiếp cận chuỗi giá trị và kiến thức thị trường* cho tất cả các tác nhân tham gia chuỗi từ nông dân đến thương lái, doanh nghiệp và nhà hỗ trợ chuỗi để họ có thể tự bảo vệ thị trường tiêu thụ hiện có và thị trường tiềm năng.

5 KẾT LUẬN

Sóc Trăng là tỉnh có thế mạnh về nông nghiệp và thủy sản. Sản phẩm lúa nói chung và lúa thơm ST nói riêng rất phù hợp với điều kiện sản xuất của Sóc Trăng, đây là lợi thế cạnh tranh cao trong sản xuất và tiêu thụ lúa thơm ST của tỉnh, nhất là giống lúa thơm ST5. ST5 có năng suất và giá cao hơn các giống lúa thường khác, khả năng xuất khẩu cao và giá trị gia tăng rất lớn đã làm tăng thu nhập đáng kể cho nông dân trồng giống lúa này.

Tuy nhiên, qua phân tích nhanh chuỗi giá trị gạo thơm ST5 cho thấy vấn đề lớn nhất của chuỗi giá trị gạo ST5 hiện nay là thiếu giống và giống bị lẫn trong khâu sản xuất, phần lớn gạo bị trộn lẫn trong khâu tiêu thụ do lúa hàng hóa được tiêu thụ thông qua thương lái (95%), mua bán trực tiếp giữa nông dân và doanh nghiệp chiếm tỉ trọng rất thấp. Hiện tại, cầu thị trường gạo ST5 lớn hơn cung; thiếu giống sản xuất và ý thức của các tác nhân tham gia chuỗi còn thấp về việc giữ uy tín sản phẩm ST5 trên thị trường; thiếu vùng nguyên liệu tập trung để tránh trộn lẫn giống.

Qua phân tích kinh tế chuỗi, nông dân có lợi ích cao nhất trong chuỗi trong cả hai kênh tiêu thụ nội địa và xuất khẩu ST5. Tuy nhiên, số lượng nông dân sản xuất lúa là rất lớn nên lợi nhuận trên một nông hộ trong năm cũng còn hạn chế, nông hộ khó bù đắp toàn bộ chi tiêu của gia đình trong năm. Riêng chuỗi giá trị gạo ST5 xuất khẩu, kênh thị trường càng ngắn (ít tác nhân tham gia thị trường) thì lợi ích của nông dân càng cao. Cụ thể, năm 2012 tổng lợi nhuận của toàn chuỗi gần 148 tỉ đồng, trong đó nông dân chiếm tỉ trọng cao nhất (87,4%).

Hai vấn đề cần giải quyết để nâng cấp chuỗi giá trị lúa gạo là (1) Giống ST5 chất lượng để mở rộng diện tích, điều này thực hiện sẽ giảm việc

trộn lẫn giống do nguyên nhân khách quan trong khâu sản xuất; cùng với yếu tố giống thì việc tạo vùng nguyên liệu kết hợp phát triển liên kết ngang và liên kết dọc trong tiêu thụ là hết sức cần thiết. (2) Nâng cao kiến thức và hậu cần chuỗi (sấy, xay xát, kho tồn trữ...) của các tác nhân tham gia thị trường, đặc biệt là các công ty tham gia xuất khẩu.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. GSO (2011). Niên giám thống kê Việt Nam, tổng cục thống kê Việt Nam năm 2011.
2. GTZ Eschborn (2007). Cẩm nang ValueLinks – Phương pháp luận để thúc đẩy chuỗi giá trị
3. Hữu Đức (2012). *Gạo thơm xuất khẩu bùng dậy*. Báo Nông Nghiệp Việt Nam, thứ năm ngày 02/02/2012.
4. Kaplinsky and Morris (2001). *A handbook for value chain research*. The Institute of Development Studies, University of Sussex. Brighton, United Kingdom.
5. M4P (2008): *Marking value chains work better for the poor: A toolbox for practitioners of value chain analysis*. A publication financed by the UK department for international development (DFID).
6. Porter M. E. (1985). *Competitive Advantage*. New York, The Free Press.
7. SNN&PTNT (2012). *Sở Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn tỉnh Sóc Trăng: Báo cáo tình hình sản xuất nông nghiệp năm 2012*.
8. Thái Thanh Tân (2009). *Phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả đầu tư của người trồng lúa thơm ST tỉnh Sóc Trăng*. Sở Nông nghiệp và PTNT Sóc Trăng.
9. Võ Thị Thanh Lộc (2012). *Số liệu điều tra công ty xuất khẩu lúa gạo vùng ĐBSCL*. Đề tài hợp tác với Viện Nghiên cứu chính sách và chiến lược năm 2012.
10. Võ Thị Thanh Lộc và Nguyễn Phú Sơn (2011). *Phân tích chuỗi giá trị lúa gạo vùng ĐBSCL*. Tạp chí Nông nghiệp & PTNT, số 9/2011, p.61-70.