

MÔ HÌNH LIÊN KẾT “4 NHÀ” TRONG SẢN XUẤT VÀ TIÊU THỤ LÚA GẠO TẠI XÃ ĐỊNH HÒA, HUYỆN GÒ QUAO, TỈNH KIÊN GIANG

Nguyễn Phú Sơn¹

¹ Khoa Kinh tế và Quản trị kinh doanh, Trường Đại học Cần Thơ

Thông tin chung:

Ngày nhận: 17/12/2012

Ngày chấp nhận: 19/06/2013

Title:

The pattern of linkage "4 houses" in rice-paddy business in Dinh Hoa village. Go Quao district, Kien Giang province

Từ khóa:

Liên kết “4 nhà”; Mô hình; Tham gia

Keywords:

Linkage "4 houses", Participation, Pattern

ABSTRACT

The pattern of linkage “4 houses” is built between Hoa Tien cooperative and Gentraco company accompanied with supports from village People’ Committee and Can Tho University. This pattern is implemented through a process of six steps, based on the theory of vertical linkage in value chain – vertical linkage. This pattern brings about benefits to “4 houses”. At where, farmers’ production behavior is changed towards “Selling what the market needs, no doing what sellers have”. Company’ brand mark is upgraded and the results derived from the pattern are considered as an important premise for building material zone for the company. In addition, the results obtained from the pattern also help local staffs upgrade their managing capacity and contribute to build New rural village. Finally, through implementing the pattern, Scientists get experiences related to linkage “4 houses”. Also the results from the pattern will be well examples that supplement for value chain theory.

TÓM TẮT

Mô hình liên kết “4 nhà” được xây dựng tại xã Định Hòa, huyện Gò Quao thông qua một qui trình gồm 6 bước và dựa trên cơ sở lý thuyết liên kết dọc trong chuỗi giá trị giữa Hợp tác xã Hòa Tiến và Công ty Gentraco, với sự hỗ trợ, thúc đẩy của Ủy ban nhân dân xã Định Hòa và nhóm tư vấn của Trường Đại học Cần Thơ. Kết quả của mô hình đã mang lại những lợi ích cho cả “4 nhà”. Đối với nông dân, lợi ích lớn nhất mang lại cho họ là việc làm thay đổi hành vi sản xuất theo hướng “Bán cái thị trường cần, chứ không phải bán cái mình có”. Đối với công ty, việc tham gia mô hình liên kết này đã góp phần làm gia tăng thương hiệu, cũng như tạo tiền đề cho việc xây dựng vùng nguyên liệu. Đối với địa phương, thông qua việc tham gia liên kết đã giúp cho cán bộ địa phương nâng cao được năng lực quản lý, cũng như góp phần vào nhiệm vụ xây dựng xã Nông thôn mới. Cuối cùng, thông qua liên kết này đã giúp cho những nhà khoa học bổ sung thêm những cơ sở cho lý thuyết chuỗi giá trị, cũng như làm gia tăng sự trải nghiệm về vấn đề liên kết “4 nhà”.

1 GIỚI THIỆU

Liên kết “4 nhà” trong sản xuất và tiêu thụ sản phẩm nông nghiệp nói chung và của lúa gạo nói riêng đã trở nên không còn xa lạ với chúng ta bởi vấn đề này đã được Chính phủ Việt Nam đề cập đến cách đây 10 năm, thông qua Quyết định 80/2000/QĐ-TTg của Thủ tướng Chính phủ. Tuy nhiên, trên phạm vi cả nước nói chung sự gắn kết thành công từ quyết định này chỉ đếm được trên đầu ngón tay. Trong đó, xã Định Hòa cũng như huyện Gò Quao không phải là một ngoại lệ. Có nhiều nguyên nhân dẫn đến sự không thành công trong mỗi liên kết này từ thực tiễn của nhiều địa phương trong cả nước.

Bất nguồn dẫn đến sự không thành công có thể là do hai tác nhân chính: Nông dân hoặc tổ chức Nông dân và Doanh nghiệp chưa có nhu cầu liên kết thực sự. Hoặc do chỉ có đơn phương một phía có nhu cầu liên kết. Điều này đã dẫn đến động lực liên kết không tích cực từ hai phía. Như là kết quả mang tính hiển nhiên, đã dẫn đến hành vi hai bên “bê kèo” lẫn nhau mỗi khi giá cả sản phẩm liên kết trên thị trường biến động (Vũ Huy Từ, 2003). Thêm vào đó, sự tham gia không tích cực của Chính quyền địa phương và các Nhà khoa học cũng có thể là một nguyên nhân khác dẫn đến sự không thành công của mỗi liên kết này.

Thực tế, tại xã Định Hòa và kể cả các xã khác trong huyện Gò Quao trong những năm qua đã có thực hiện việc liên kết này giữa các Hợp tác xã (HTX) hoặc Hộ nông dân (HND) sản xuất lúa với các Doanh nghiệp (DN) thu mua lúa trong tỉnh Kiên Giang, nhưng đến thời điểm nghiên cứu (2011) chưa có sự liên kết nào đạt được kết quả như mong muốn. Trong bối cảnh này, đặc biệt xã Định Hòa là một trong những xã Nông thôn mới điểm của Trung ương thì việc nghiên cứu để tìm ra được một mô hình liên kết “4 nhà” hiệu quả có ý nghĩa rất lớn không chỉ về mặt phát triển kinh tế cho địa phương mà nó còn mang lại ý nghĩa xã hội rất lớn trong việc thay đổi nhận thức

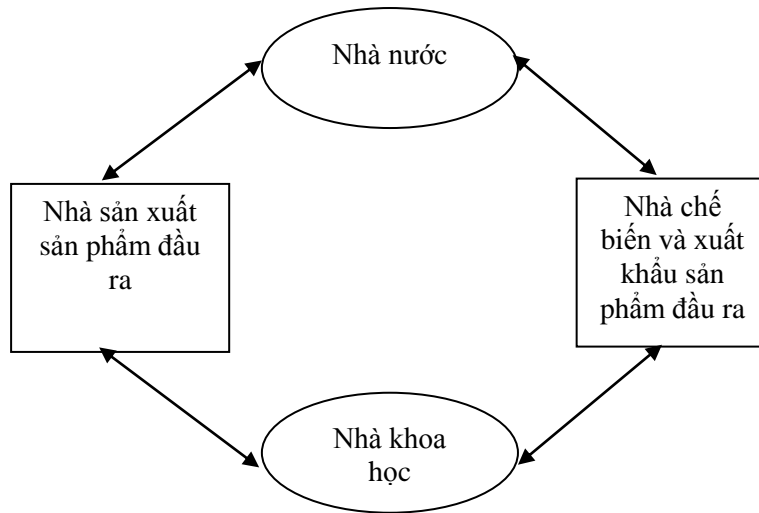
kinh doanh cho cả HTX, HND và DN theo định hướng của một nền kinh tế thị trường “Bán cái thị trường cần, chứ không phải bán cái mình có”. Chính vì vậy việc “*Nghiên cứu xây dựng mô hình liên kết trong sản xuất và tiêu thụ lúa gạo tại xã Nông thôn mới Định Hòa, huyện Gò Quao, tỉnh Kiên Giang*” trở nên hết sức quan trọng và cần thiết cho địa phương trong việc xây dựng xã nông thôn mới, cũng như để tạo tiền đề cho việc nhân rộng mô hình này cho các địa phương khác trong Tỉnh. Để giúp cho địa phương đạt được mục đích này, đề tài nghiên cứu được thực hiện nhằm đạt được những mục tiêu sau đây: (1) đánh giá thực trạng liên kết tại xã Định Hòa, huyện Gò Quao, (2) đề xuất, xây dựng, triển khai và đánh giá mô hình liên kết “4 nhà”, (3) đề xuất các giải pháp để duy trì, cải thiện và nhân rộng mô hình.

2 PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

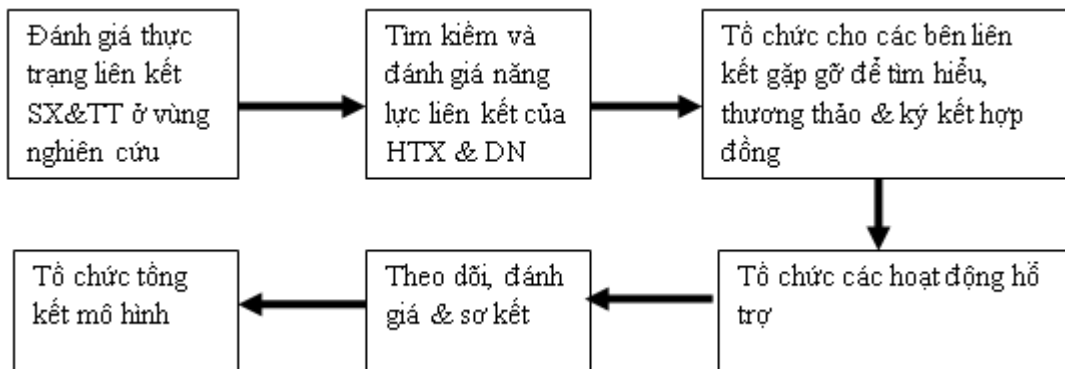
2.1 Phương pháp tiếp cận

Mô hình liên kết được xây dựng ở đây dựa vào lý thuyết chuỗi giá trị. Cụ thể là tạo nên mối liên kết dọc giữa các xã viên trong HTX sản xuất lúa với DN chế biến xuất khẩu với mục đích là tạo điều kiện cho HTX bán lúa trực tiếp cho DN không thông qua nhà trung gian (thương lái). Do vậy, giúp cho xã viên của HTX nâng cao thu nhập và có được thị trường tiêu thụ ổn định, cũng như giúp cho DN tạo được nguồn nguyên liệu lúa ổn định về số lượng và chất lượng (Hình 1).

Để thực hiện mô hình liên kết này, khung tiếp cận bao gồm 6 bước được trình bày trong Hình 2. Quan điểm xây dựng mô hình này là xã viên của HTX và DN phải tuân thủ nguyên tắc đôi bên cùng có lợi (Win-Win) (Agrifood Consulting International, 2005). Bên cạnh đó cần có sự hỗ trợ, thúc đẩy từ bên ngoài chuỗi như các Nhà khoa học, Chính quyền địa phương, các Sở ban ngành chuyên môn, các Hội đoàn thể và các Tổ chức cung cấp tín dụng...



Hình 1: Mô hình liên kết “4 nhà”



Hình 2: Khung tiếp cận xây dựng mô hình liên kết

2.2 Các bước xây dựng mô hình liên kết “4 nhà”

Bước 1: Đánh giá thực trạng liên kết sản xuất và tiêu thụ tại địa bàn nghiên cứu: nhằm phát hiện ra những yếu tố có khả năng ảnh hưởng đến kết quả thực hiện mô hình liên kết. Trong bước này, nhóm nghiên cứu đã tiến hành khảo sát thực tế và lược khảo những tài liệu sẵn có để rút ra những bài học thành công và thất bại từ những mô hình liên kết đã được thực hiện trước đây, cũng như hiện tại ở khu vực đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL). Từ những kết quả thu được tham khảo này, nhóm nghiên cứu đã rút ra được những yếu tố ảnh hưởng tích cực đến sự thành công của mô hình bao gồm: 1) DN và Nông dân hoặc HTX phải có nhu cầu liên kết thực sự, 2) Các Sở ngành và Chính quyền địa phương trong vai Nhà

nước phải phát huy tốt vai trò hỗ trợ, thúc đẩy các tác nhân trong chuỗi tham gia liên kết, 3) DN tham gia liên kết phải có tính chuyên nghiệp cao, có nghĩa là Doanh nghiệp kinh doanh đeo đuổi mục tiêu tối đa hóa lợi nhuận trong dài hạn và phải biết chấp nhận rủi ro. Ít nhất họ cũng phải nhận thức được hoạt động liên kết là một hình thức quảng bá thương hiệu với công chúng (hình thức PR - Public Relationship), 4) Sự tích cực tham gia của các Nhà khoa học, 5) Nông dân hoặc HTX phải có nhận thức đúng về lợi ích kinh tế của việc liên kết. Bên cạnh đó, nhóm nghiên cứu cũng nhận ra được những yếu tố làm ảnh hưởng xấu đến mức độ thành công của sự liên kết, bao gồm: 1) Nông dân/HTX không tuân thủ cam kết về loại giống lúa được sử dụng như đã cam kết với Doanh nghiệp, 2) Nông dân/HTX cùng với những cơ sở sấy lúa không tuân thủ cam kết về

độ ẩm, độ gãy của lúa như đã ký kết hợp đồng với Doanh nghiệp ban đầu, 3) Năng lực chế biến của HTX không đủ lớn để đảm bảo những tiêu chuẩn về độ ẩm và độ gãy của Doanh nghiệp đưa ra, 4) Nông dân/HTX bội tín trong việc bán lúa cho Doanh nghiệp như đã cam kết mỗi khi giá cả thị trường gia tăng, 5) Thiếu phương tiện vận chuyên và nhân viên thu mua từ phía Doanh nghiệp cũng là một nguyên nhân khác làm hạn chế hiệu quả liên kết. Đặc biệt trong vụ Đông Xuân, 6) Doanh nghiệp không thực hiện đúng cam kết cung cấp vật tư đầu vào cho Nông dân/HTX như đã cam kết: giao không đủ, không đúng số lượng và đúng thời gian, 7) Doanh nghiệp không đủ năng lực về vốn và kho trữ trong quá trình thu mua sản phẩm nên đã dẫn đến hành vi trì hoãn thời điểm mua hay đánh giá chất lượng sản phẩm thấp hơn, 8) Doanh nghiệp thực hiện việc liên kết với động cơ “hưởng ứng phong trào” và hoặc để “tranh thủ sự hỗ trợ tín dụng” nhằm để tiếp cận những nguồn vốn hỗ trợ của Nhà nước, 9) Chính quyền địa phương và các Sở ban ngành có động cơ tham gia vào mô hình để “đạt thành tích” hơn là để phát triển kinh tế cho địa phương. Do vậy, thiếu sự nhiệt tình trong quá trình hỗ trợ, thúc đẩy các bên tham gia mô hình và 10) Thiếu sự tham gia của những Nhà khoa học trong lĩnh vực nối kết thị trường.

Bước 2: Tìm kiếm và đánh giá năng lực liên kết của HTX sản xuất với Doanh nghiệp thu mua: mục tiêu thực hiện bước này là để tìm kiếm các tác nhân có thể tham gia vào mô hình. Để thực hiện việc đánh giá năng lực hợp tác của các bên tham gia liên kết, bao gồm các THT và HTX và các DN chế biến xuất khẩu, nhóm nghiên cứu đã tiến hành khảo sát 6 DN thu mua, chế biến và xuất khẩu gạo ở ĐBSCL. Cuối cùng, Gentraco và Công ty Cổ phần Nông lâm sản Kiên Giang sẵn lòng tham gia, các Doanh nghiệp còn lại không sẵn lòng tham gia với những lý do sau: DN có nhu cầu mua gạo nguyên liệu thay vì mua lúa nguyên liệu do: họ không có đầu tư công nghệ xay xát, đảm bảo tính đồng nhất sản phẩm, ít rủi ro, thiếu kho trữ; DN muốn mua lúa khô để hạn chế chi phí sấy, trong khi Nông dân/HTX có

khuyh hướng bán lúa ướt; DN thiếu phương tiện vận chuyên, trong khi đó Nông dân/HTX không có năng lực kinh doanh dịch vụ này; DN có chủ trương hỗ trợ kỹ thuật sản xuất cho Nông dân/HTX, trong khi đó Nông dân/HTX có nhu cầu hỗ trợ tín dụng; DN muốn Nông dân/HTX trồng từ 1-2 loại giống trên đồng ruộng liên kết, nhưng Nông dân/HTX lại muốn trồng nhiều loại giống khác nhau trên cùng cánh đồng. Kết quả khảo sát và đánh giá năng lực liên kết của hai Công ty Gentraco, Công ty NLS Kiên Giang và HTX Hòa Tiến cho thấy 3 tác nhân này đều có năng lực liên kết do thực sự HTX Hòa Tiến có nhu cầu thực sự để liên kết với Công ty và hai Công ty đều có chiến lược kinh doanh “tạo dựng vùng nguyên liệu lúa” thông qua liên kết với Nông dân hoặc các tổ chức Nông dân. Tuy nhiên, khi triển khai liên kết thì chỉ có Công ty Gentraco tham gia. Công ty NLS Kiên Giang không thỏa thuận được với HTX do Công ty muốn HTX giao gạo lứt, còn HTX chỉ có khả năng giao lúa khô.

Bước 3: Tổ chức cho các bên liên kết gặp gỡ để tìm hiểu, thương thảo và ký kết hợp đồng: mục tiêu của bước này là để hai bên DN và HTX tiến tới việc ký kết hợp đồng. Kết quả đạt được từ bước này là Công ty Gentraco và HTX Hòa Tiến đã thực hiện ký kết hợp đồng sản xuất và tiêu thụ lúa ở ba vụ Hè thu 2011, Đông xuân 2011-2012 và Đông xuân 2012-2013. Hai bên không ký kết được hợp đồng trong vụ Hè thu 2012 là do trong vụ này Công ty không có đủ phương tiện sấy, nhà kho và phương tiện vận chuyên. Sau khi hai bên đã thống nhất với nhau về tất cả các điều khoản trong hợp đồng, việc ký kết hợp đồng được tiến hành. Trong buổi ký kết hợp đồng, ngoài Công ty và HTX ra còn có sự chứng kiến của Chính quyền địa phương và các Nhà khoa học tham gia trong mô hình liên kết.

Bước 4: Tổ chức các hoạt động hỗ trợ cho HTX (tùy thuộc vào nhu cầu của mỗi nơi): Mục tiêu của bước này nhằm để hỗ trợ cho HTX nâng cao năng lực sản xuất, chế biến, thị trường và quản lý để đảm bảo thực hiện tốt các cam kết với DN. Các hoạt động hỗ trợ bao gồm: mỗi vụ tập huấn cho HTX hai lớp với nội

dung là 1) kỹ thuật sản xuất và sấy lúa và 2) nâng cao kiến thức quản lý HTX, kiến thức thị trường và nối kết thị trường, ghi chép và hạch toán chi phí.

Bước 5: Theo dõi, đánh giá, sơ kết kết quả thực hiện và tư vấn giải quyết những xung đột xảy ra giữa các bên tham gia: mục tiêu của bước này là để giúp cho HTX thực hiện tốt từng khâu công việc cụ thể từ lúc xuống giống đến khâu tiêu thụ. Đồng thời, bước này cũng nhằm để chỉ ra được hiệu quả đạt được của mô hình, thông qua việc đánh giá hiệu quả tài chánh giữa nhóm hộ tham gia và không tham gia mô hình, cũng như để đánh giá hiệu quả tài chánh của nhóm hộ tham gia mô hình trong bối cảnh trước và sau khi tham gia mô hình liên kết.

Bước 6: Tổ chức tổng kết mô hình: mục tiêu của bước này là để rút ra được bài học kinh nghiệm trong quá trình liên kết, để cuối cùng đưa ra được những giải pháp để duy trì và nhân rộng mô hình.

2.3 Phương pháp phân tích

Phương pháp thống kê mô tả được sử dụng để mô tả thực trạng liên kết tại vùng nghiên cứu. Để xây dựng mô hình liên kết, phương pháp phân tích lỗ hổng được sử dụng. Thêm vào đó, để đánh giá hiệu quả mô hình liên kết, phương pháp phân tích các chỉ số tài chánh được sử dụng đi kèm với việc sử dụng các phương pháp kiểm định giả thuyết thống kê để so sánh hiệu quả tài chánh giữa nhóm hộ tham gia mô hình với nhóm hộ không tham gia mô hình, cũng như giữa các vụ mùa trước và sau khi tham gia mô hình của nhóm hộ tham gia liên kết.

3 KẾT QUẢ

3.1 Thực trạng liên kết sản xuất, tiêu thụ tại xã Định Hòa và huyện Gò Quao

Mặc dù huyện Gò Quao nói chung và xã Định Hòa nói riêng có rất nhiều điều kiện thuận lợi để tiến hành việc liên kết trong tiêu thụ sản phẩm như: điều kiện tự nhiên thuận lợi, chính sách ủng hộ của địa phương, môi trường kinh tế hội nhập, nhưng thực tế cho đến

thời điểm nghiên cứu vẫn chưa có mô hình liên kết trong sản xuất và tiêu thụ được thực hiện thành công tại địa bàn nghiên cứu. Trước đây, năm 2005-2006 có Công ty Trách nhiệm hữu hạn Xuất nhập khẩu Kiên Giang đã từng tham gia liên kết với HTX Hòa Tiến của xã Định Hòa, nhưng liên kết này đã không thành công. Theo địa phương và HTX cho biết là do Công ty đã “bê cò” do giá cả lúa trên thị trường giảm. Tuy nhiên, khi tiếp xúc với Công ty thì họ cho rằng, lý do không thực hiện được liên kết là do: 1) có quá nhiều loại giống trên cánh đồng liên kết nên sẽ làm cho chất lượng gạo làm ra không đồng nhất về mặt chất lượng, 2) nông dân không đảm bảo được độ ẩm của lúa như đã cam kết do thiếu phương tiện phơi sấy, hoặc do kỹ thuật sấy của các chủ lò sấy còn hạn chế, 3) cạnh tranh của thương lái về giá cả: thương lái mua với giá cao với số lượng ít để tạo nên “giá ảo” điều này đã tạo hành vi “bê cò” của người nông dân, và 4) thương lái có xu hướng mua lúa tươi, trong khi Công ty có xu hướng mua lúa khô. Trong khi đó, Nông dân có xu hướng thích bán lúa tươi hơn lúa khô. Thêm vào đó, những lý do khác dẫn đến sự không thành công trong liên kết từ phía Công ty, qua khảo sát đánh giá của nhóm nghiên cứu, bao gồm: 1) mục tiêu kinh doanh của Công ty - thu mua gạo lứt để chế biến và hoặc là mua lúa từ thương lái - theo cách kinh doanh này Công ty có được lượng nguyên liệu lớn trong thời gian ngắn và chất lượng gạo đồng nhất hơn, và ít bị rủi ro hơn trong quá trình giao dịch, 2) lực lượng thu mua và kiểm phẩm của Công ty có giới hạn, 3) năng lực chế biến (lò sấy, thiết bị xay xát) của Công ty hạn chế, 4) phương tiện vận chuyển của Công ty còn hạn chế và 5) phương thức thanh toán theo qui trình của Doanh nghiệp lớn - nhập hàng vào kho, sau đó đưa qua bộ phận tài vụ để ứng tiền thanh toán cho người bán, trong khi người bán lại muốn Công ty thanh toán tiền liền ngay sau khi cân lúa.

Nhìn chung, còn nhiều bất cập trong quá trình liên kết giữa Công ty kinh doanh lúa gạo nói chung và các tổ chức kinh tế hợp tác như đã được đưa ra từ nghiên cứu của Trần Văn Hiếu năm 2003. Tuy nhiên, những bất cập này

nếu có những nỗ lực chung giữa hai bên, cộng với sự hỗ trợ thúc đẩy của các tổ chức tại địa phương và các Viện, Trường. Qua khảo sát thực tế tại vùng nghiên cứu và từ các Công ty. Xuất phát từ thực tế này, cộng với việc tham khảo những nghiên cứu sẵn có trước đây, nhóm nghiên cứu tiến hành xây dựng mô hình liên kết thông qua các bước như được trình bày trong mục 3.2.

3.2 Đánh giá hiệu quả của mô hình liên kết

3.2.1 Hiệu quả chung của mô hình

Kết quả trong vụ Hè thu có 32 trong số 40 hộ xã viên đăng ký tham gia mô hình và đã thực hiện hợp đồng tiêu thụ với Công ty được 100 tấn lúa hàng hóa trên diện tích 15 ha trong tổng số 82 ha canh tác lúa của toàn Hợp tác xã, với giá lúa dao động từ 6.500 – 6.800 đồng/kg (tùy thuộc vào chất lượng lúa và thời điểm mua bán), ngang bằng với giá cả thị trường tại thời điểm mua bán. Với 37% số hộ xã viên tham gia và 18% diện tích lúa tham gia mô hình mặc dù là còn quá khiêm tốn với khả năng sản xuất của Hợp tác xã, cũng như so với nhu cầu thu mua của Công ty, nhưng nó cũng đã bước đầu đánh giá sự thành công đầu tiên trong việc liên kết sản xuất-tiêu thụ đối với mặt hàng lúa gạo của huyện, trước đây đã có một vài mối liên kết đã bị phá vỡ giữa Hợp tác xã và các Công ty thu mua khác trong tỉnh. Thêm vào đó, sự thành công này cũng đã góp phần lấy lại niềm tin cho các Hộ xã viên trong liên kết sản xuất – tiêu thụ. Đến vụ Đông xuân 2011-2012, có 31 xã viên tham gia mua bán với Công ty trên 20 ha và lượng lúa tiêu thụ cho Công ty là 135 tấn, với giá cả biến động từ 5.400 – 5850 đồng/kg, cao hơn từ 100-300 đồng/kg so với giá thị trường tại thời điểm mua bán. Nhìn chung, đến vụ Đông xuân số lúa bán được cho Công ty của Hợp tác xã có tăng lên, nhưng mức độ tăng không đáng kể do thiếu phương tiện vận chuyển. Cái đáng nói ở đây là các hộ tham gia mô hình có thể bán lúa với giá cao hơn do họ đã bắt đầu đáp ứng được nhu cầu của Công ty nên họ có thể nhận được

giá cả cao hơn. Trong vụ Hè thu 2012, hai bên không tiếp tục thực hiện được hợp đồng do thời gian này Công ty phải tập trung nguồn lực để xây dựng thêm một kho chứa và một hệ thống sấy. Trong khi HTX không đảm nhận được khâu vận chuyển và trữ lúa gạo cho Công ty nên họ không thể thực hiện được giao dịch trong vụ lúa này. Đến vụ Đông xuân 2012-2013, Công ty đã hoàn tất việc xây dựng thêm kho chứa và hệ thống sấy. Thêm vào đó, HTX đảm nhận được chức năng vận chuyển nên hai bên đã tiếp tục ký kết hợp đồng cho vụ này. Tóm lại, thông qua liên kết HTX đã thực hiện được việc bán lúa cho Công ty theo hợp đồng đã được ký kết vào đầu vụ sản xuất. Đặc biệt, các xã viên của HTX tham gia mô hình đã nhận được giá cả từ bằng đến cao hơn giá cả thị trường tại thời điểm mua bán. Mặc dù, lượng giao dịch giữa hai bên không lớn nhưng nó đánh dấu được bước đầu sự thay đổi hành vi mua bán của người Nông dân và giúp cho Công ty tạo tiền đề cho việc xây dựng vùng nguyên liệu trong tương lai. Trước mắt, thông qua liên kết đã nâng được thương hiệu cho Công ty.

3.2.2 Hiệu quả của liên kết mang lại cho các tác nhân tham gia mô hình liên kết “4 nhà”

Đối với Nông dân

Hiệu quả tài chính vụ Hè thu 2011

Kết quả khảo sát về hiệu quả tài chính trong sản xuất lúa của những hộ có tham gia mô hình và không tham gia mô hình trong vụ Hè thu 2011 được trình bày trong Bảng 1. Kết quả Bảng 1 cho thấy hầu hết các chỉ tiêu hiệu quả tài chính của các hộ tham gia mô hình đều cao hơn so với các hộ không tham gia mô hình. Tuy nhiên, không có sự khác biệt có ý nghĩa đối với tất cả các chỉ tiêu trên. Điều này có thể được giải thích là do đây là vụ đầu tiên thực hiện liên kết nên hiệu quả tác động từ các hoạt động liên kết của đề tài nghiên cứu chưa được thể hiện.

Bảng 1: Hiệu quả tài chính của hộ SX lúa có và không tham gia vụ HT 2011

ĐVT: 1.000 đồng/ha

Chỉ tiêu	Trong mô hình		Ngoài mô hình		Chênh lệch (1) – (2)	Mức ý nghĩa
	Số tiền	%	Số tiền	%		
Tổng chi phí	17.892	100,00	19.448	100,00	1.556	ns
Thu nhập	32.967		31.355		1.612	ns
Lợi nhuận	15.075		11.907		3.168	ns
Lợi nhuận/Chi phí	0,84		0,61		0,23	ns
Lợi nhuận/Thu nhập	0,46		0,38		0,08	ns

*Nguồn: Kết quả điều tra năm 2011, 2012 Ghi chú: ns: không ý nghĩa; **: mức ý nghĩa 5%*

Tóm lại, hiệu quả của vấn đề liên kết mặc dù chưa được thể hiện rõ nét giữa các hộ có và không tham gia mô hình trong vụ Hè thu 2011.

Hiệu quả tài chính vụ Đông Xuân 2011 - 2012

Đối với nông hộ có tham gia mô hình, tổng chi phí sản xuất của vụ Đông xuân trung bình 15,86 triệu đồng/ha, trong khi đó đối với các hộ không tham gia mô hình là 20.285 triệu đồng/ha. Qua phân tích cho thấy tổng chi phí sản xuất/ha của các xã viên tham gia mô

hình thấp hơn khoảng 5 triệu đồng (tại mức ý nghĩa 10%).

Số liệu trong Bảng 2 cho thấy, mặc dù hai chỉ tiêu thu nhập và lợi nhuận trên một ha của các hộ tham gia mô hình và các hộ không tham gia mô hình không có sự khác biệt ý nghĩa, nhưng chỉ tiêu hiệu quả tổng hợp - tỷ suất lợi nhuận (lợi nhuận/chi phí), có sự khác biệt ý nghĩa tại mức 10%, ở đó các hộ có tham gia mô hình đạt hiệu quả cao hơn (1,89 so với 1,31).

Bảng 2: Hiệu quả tài chính của hộ SX lúa trong và ngoài mô hình ở vụ ĐX 2011 – 2012

ĐVT: đồng/ha

Chỉ tiêu	Trong mô hình		Ngoài mô hình		Chênh lệch (1) – (2)	Mức ý nghĩa
	Số tiền	%	Số tiền	%		
Tổng chi phí	15.856	100,00	20.285	100,00	-4.429	*
Thu nhập	44.245		43.048		1.197	ns
Lợi nhuận	28.389		22.763		5.626	ns
Lợi nhuận/Chi phí	1,89		1,31		0,58	*
Lợi nhuận/Thu nhập	0,61		0,53		0,08	ns

Nguồn: Kết quả điều tra năm 2011, 2012

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

Tóm lại: thông qua liên kết các hộ tham gia mô hình mặc dù không có sự khác biệt về mặt thống kê đối với các chỉ tiêu hiệu quả tài chính so với các hộ không tham gia mô hình. Tuy nhiên, hiệu quả này đã được thể hiện trong vụ Đông xuân. Điều này cho thấy, theo thời gian với những trải nghiệm tích lũy được qua quá trình liên kết. Hiệu quả mang lại từ liên kết đã được thể hiện. Đặc biệt hiệu quả mang lại được từ việc cải thiện chi phí sản xuất.

Ngoài ra, thông qua liên kết đã làm cho trình độ sản xuất và kỹ năng quản lý của nông hộ ngày càng được cải thiện và đây là một trong những yếu tố quan trọng góp phần làm

tăng hiệu quả sản xuất và thu nhập của nông hộ tham gia mô hình. Bên cạnh đó, các chủ lò sấy cũng được nâng cao kỹ thuật sấy lúa đúng tiêu chuẩn để nâng cao giá bán lúa cho nông hộ.

Mô hình liên kết còn giúp cho nông hộ thấy được rõ hơn lợi ích của việc tham gia vào Hợp tác xã trong sản xuất. Việc tham gia này đã giúp cho nông hộ trao đổi kinh nghiệm sản xuất và các thông tin khác liên quan đến sản xuất và đời sống. Quan trọng hơn đó là cơ hội tiếp cận với công ty thu mua để tiêu thụ với giá bán cao hơn góp phần làm cho thu nhập nông hộ tăng và ổn định hơn. Đặc biệt, thông qua

liên kết đã làm cho khả năng tổ chức sản xuất của HTX gia tăng như tổ chức sạ cùng loại giống, sạ đồng loạt, tổ chức thu hoạch và sấy lúa, cũng như đã tổ chức được trong khâu tiêu thụ.

Đối với Công ty

Thông qua việc liên kết này sẽ giúp cho họ có thêm được một vùng nguyên liệu lúa ổn định góp phần đảm bảo chất lượng đồng đều của sản phẩm và cũng góp phần hoàn thành kế hoạch xuất khẩu gạo của Công ty. Thêm vào đó, thông qua việc liên kết này sẽ góp phần nâng cao thương hiệu của Công ty trong hoạt động sản xuất, kinh doanh lúa gạo.

Đối với địa phương

Thực hiện được mô hình liên kết này đã giúp cho địa phương ngoài việc nâng cao năng lực quản lý của Cán bộ cấp xã nó còn giúp cho địa phương thực thi được Chương trình Nông thôn mới của tỉnh do Định Hòa là một trong những xã điểm Nông thôn mới của Trung ương. Thêm vào đó, việc thực hiện mô hình liên kết này cũng đã góp phần thực thi Quyết định 80 của Chính phủ về vấn đề liên kết.

Đối với Nhà khoa học

Thực hiện mô hình liên kết này đã đóng góp thêm những thí dụ minh họa cho lý thuyết chuỗi giá trị đối với lĩnh vực khoa học. Đứng về mặt lý thuyết thì đây chính là một trong những giải pháp nâng cấp chuỗi giá trị sản phẩm thông qua việc thiết lập và củng cố mối liên kết dọc giữa Người sản xuất và Doanh nghiệp. Bên cạnh đó, nó cũng phản ánh được tác động của bộ phận hỗ trợ, thúc đẩy chuỗi, đó là Chính quyền địa phương và Nhà khoa học.

Từ những kết quả của mô hình như đã nêu, để duy trì và nhân rộng mô hình này nhóm nghiên cứu đề xuất các giải pháp được trình bày trong mục 3.4.

3.3 Giải pháp để duy trì và nhân rộng mô hình

Đối với Xã viên trong HTX: tiếp tục hợp tác với nhau để thực hiện liên kết tiêu thụ với

Công ty để có thể nâng được lợi nhuận trên một đồng chi phí bỏ ra. Thêm vào đó, nên cố gắng thay đổi hành vi sản xuất, kinh doanh của mình thông qua việc ghi chép, theo dõi chi phí và cách để tính toán chi phí, lợi nhuận. Có làm được điều này người sản xuất mới có được quyền lực thị trường với người mua trong việc ngã giá cả mua bán.

Đối với lãnh đạo Hợp tác xã: tiếp tục phát huy những hiệu quả đạt được từ mô hình để vận động các xã viên duy trì và mở rộng số xã viên tham gia trong những năm tới. Đặc biệt cần hợp tác chặt chẽ hơn với các Chủ lò sấy lúa và những Nhà cung cấp dịch vụ gặt đập liên hợp trong khâu thu hoạch. Đồng thời luôn tự nâng cao năng lực quản lý của mình để có thể giữ được mối quan hệ chặt chẽ với Công ty hiện đang liên kết. Bên cạnh đó, tiếp tục tìm kiếm thêm đối tác mua lúa, cũng như phương thức nối kết đa dạng hơn để tạo môi trường cạnh tranh hoàn hảo hơn. Ngoài ra, lãnh đạo Hợp tác xã nên suy nghĩ và mạnh dạn mở rộng phạm vi hoạt động của mình, như đầu tư phương tiện vận chuyển lúa, nhà kho, thiết bị sấy để tạo thêm công ăn việc làm, cũng như nâng cao thu nhập cho Hợp tác xã và giải quyết hai khâu ách tắc nhất là khâu sấy lúa và vận chuyển.

Đối với Công ty: để tiếp tục duy trì mối liên kết này, Công ty nên tìm cách thay đổi phương thức thanh toán - chi trả tiền mặt ngay sau khi mua cho nông dân bán lúa. Đây là hình thức mà những thương lái làm được, do vậy theo chúng tôi Công ty hoàn toàn có thể thực hiện. Đồng thời tiếp tục hỗ trợ cho HTX trong khâu huấn luyện sấy lúa và tìm kiếm phương tiện vận chuyển.

Đối với địa phương: tiếp tục vận động và hỗ trợ cho Hợp tác xã thực hiện liên kết với Công ty. Riêng đối với cấp huyện và tỉnh: chúng tôi kiến nghị nên tạo điều kiện để các xã lân cận nhân rộng mô hình. Bên cạnh đó nên tích cực hỗ trợ cho Hợp tác xã tìm kiếm thêm đối tác liên kết trong thời gian tới. Thêm vào đó, cần phối hợp chặt chẽ hơn với các Nhà khoa học trong lĩnh vực liên kết sản xuất và tiêu thụ.

4 KẾT LUẬN

Tại thời điểm nghiên cứu chưa có liên kết sản xuất và tiêu thụ lúa gạo tại địa phương được thực hiện thành công, mặc dù những điều kiện tự nhiên, môi trường kinh doanh và nỗ lực của địa phương rất lớn.

Những hoạt động hỗ trợ của các tổ chức bên ngoài (tập huấn kỹ thuật, thị trường và vận động thúc đẩy liên kết) như Trường Đại học Cần Thơ, Trạm Khuyến nông Gò Quao, UBND xã Định Hòa, UBND huyện Gò Quao và của Công ty Gentraco đã giúp cho các hộ sản xuất tham gia mô hình ý thức và nhận ra được lợi ích của việc liên kết do đã tạo ra được một thị trường cạnh tranh hoàn hảo hơn và do rút ngắn được kênh phân phối (bán trực tiếp cho Công ty, không qua thương lái) nên người sản xuất được nhận giá bán cao hơn trước, cũng như những hộ xã viên không tham gia mô hình. Thêm vào đó, thông qua các lớp tập huấn đã giúp cho những hộ sản xuất tham gia mô hình ý thức được việc sản xuất theo nhu cầu thị trường theo quan niệm “bán cái thị trường cần, chứ không phải bán cái mình có”. Cũng vậy, các lớp tập huấn còn giúp cho các chủ lò sấy nâng cao được năng lực chế biến (sấy lúa) để đáp ứng được nhu cầu về độ ẩm và độ gầy của lúa cho Công ty. Ngoài ra, năng lực quản lý Hợp tác xã của lãnh đạo Hợp tác xã cũng đã được nâng cao thông qua việc được chuyển giao các kiến thức quản lý từ nhóm nghiên cứu.

Mô hình liên kết đã giúp cho các hộ tham gia mô hình nâng cao được hiệu quả tài chính trong sản xuất lúa, đặc biệt là trong vụ Đông xuân 2011-2012 so với các hộ không tham gia mô hình.

Ngoài việc mang lại hiệu quả tài chính cho các hộ nông dân tham gia mô hình, mô hình liên kết cũng đã giúp cho các hộ tham gia mô hình nâng cao được mối quan hệ xã hội trong sản xuất và tiêu thụ lúa gạo, cũng như năng lực sản xuất và thị trường cho các hộ tham gia mô hình.

Mô hình liên kết ngoài việc giúp cho người sản xuất hưởng được lợi ích từ liên kết, nó còn giúp cho Công ty có được thêm vùng nguyên liệu lúa ổn định cho việc kinh doanh gạo và tạo được nguồn nguyên liệu với chất lượng đồng nhất, cái luôn luôn cần thiết từ người mua, đặc biệt là những người mua nước ngoài.

Không những hai đối tác chính trong liên kết là các xã viên của Hợp tác xã và Công ty, những cán bộ địa phương cũng nâng cao được năng lực quản lý và hỗ trợ cho việc liên kết, góp phần thực hiện chủ trương xây dựng xã nông thôn mới. Thêm vào đó, kết quả của mô hình cũng sẽ bổ sung thêm một chứng cứ cho lý thuyết nâng cấp chuỗi giá trị đối với những Nhà khoa học.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Agrifood Consulting International (2005). Northeast Thailand Rice Value Chain Study.
2. Lam Khuê (2010). Liên kết “4 nhà” - cần gắn kết, liên đới trách nhiệm với nhau. <http://www.baoanhdatmui.vn>, truy cập ngày 18/08/2010.
3. Trần Văn Hiếu, 2003. Thực trạng và giải pháp cho sự liên kết “bốn nhà” trong sản xuất và tiêu thụ nông sản ở đồng bằng sông Cửu Long. Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ số 1, trang 180-185 năm 2004.
4. Vũ Huy Từ (2003). Mô hình liên kết 4 nhà trong nông nghiệp. <http://ddd.com.vn>, truy cập ngày 01/08/2010.