

Sự tham gia liên kết của hộ nông dân trong chuỗi giá trị nho Ninh Thuận

Đỗ Thị Nang^{1,2*}, Nguyễn Thị Hồng³

¹Học viện Tài chính

²Học viện Khoa học xã hội, Viện Hàn lâm Khoa học xã hội Việt Nam

³Trường Đại học Lao động - Xã hội

Ngày nhận bài 12/2/2018; ngày chuyển phản biện 22/2/2018; ngày nhận phản biện 23/3/2018; ngày chấp nhận đăng 27/3/2018

Tóm tắt:

Sự tham gia của các hộ nông dân trồng nho Ninh Thuận vào các mô hình sản xuất hiệu quả như tổ/nhóm sản xuất hay hợp tác xã còn rất hạn chế vì sự tham gia này không đáp ứng được kỳ vọng cốt lõi của hộ, đó là bao tiêu sản phẩm cho họ. Kết quả là các hộ trồng nho chủ yếu bán sản phẩm của mình cho những người thu gom. Đây là một trong những lý do quan trọng nhất làm cho hầu hết hộ trồng nho Ninh Thuận khó có cơ hội nâng cao thu nhập cũng như giảm thiểu rủi ro trong sản xuất. Từ kết quả nghiên cứu, các tác giả đề xuất một số giải pháp nhằm tăng cường sự tham gia của các hộ nông dân vào các mối liên kết nhằm phát triển chuỗi giá trị nho Ninh Thuận nói chung, cải thiện thu nhập cho người nông dân nói riêng.

Từ khóa: Chuỗi giá trị nông sản, hộ nông dân, liên kết chuỗi giá trị, nho Ninh Thuận.

Chỉ số phân loại: 5.2

Farmer households' participation in linkages of the grape value chain in Ninh Thuan

Thi Nang Do^{1,2*}, Thi Hong Nguyen³

¹Academy of Finance

²Graduate Academy of Social Sciences, VASS

³University of Labour and Social Affairs (ULSA)

Received 12 February 2018; accepted 27 March 2018

Abstract:

Ninh Thuan grape farmer households' participation in effective production models such as production groups or co-operatives is still limited because their participation does not help them to sell grapes. As a result, the growers have to sell almost their grapes to collectors. This is one of the most important reason why almost Ninh Thuan grape growers are difficult to take opportunities to improve their income as well as mitigate risks. Based on the research results, the author propose some measures to enhance grape farmer households' participation in the linkages to develop the Ninh Thuan grape value chain in general and improve grape farmer households' income in particular.

Keywords: Agricultural value chain, farmer households, linkages, Ninh Thuan grape.

Classification number: 5.2

Đặt vấn đề

Nho là loại quả được tiêu dùng phổ biến ở thị trường trong và ngoài nước. Tại Việt Nam, nho ăn trái được trồng phổ biến ở tỉnh Ninh Thuận (chiếm hơn 90% tổng diện tích và khoảng 97% tổng sản lượng nho cả nước - năm 2015). Nho là cây trồng có lợi thế cạnh tranh của Ninh Thuận so với các tỉnh khác. Trong đề án tái cơ cấu của tỉnh đến năm 2020, tầm nhìn 2030 đã chỉ rõ nho là 1 trong 8 mặt hàng nông sản chủ lực của tỉnh được định hướng phát triển theo chuỗi giá trị. Hộ nông dân trồng nho được khuyến khích hình thành các trang trại lớn, ứng dụng khoa học và công nghệ (KH&CN) vào sản xuất - là cơ sở cho việc nâng cao năng suất, chất lượng, giảm chi phí sản xuất, nâng cao khả năng cạnh tranh của sản phẩm, giảm thiểu rủi ro... Tuy nhiên, thông qua tiếp cận phân tích chuỗi giá trị nông sản với sự tham gia của hộ nông dân trong chuỗi giá trị nho Ninh Thuận cho thấy ở đó còn bộc lộ một số hạn chế như: Sản xuất nhỏ lẻ, manh mún, tự phát, thiếu hợp tác giữa các hộ sản xuất với nhau; khả năng áp dụng KH&CN trong sản xuất của hộ thấp; chất lượng sản phẩm không đồng đều; người nông dân bị phụ thuộc nhiều vào thương lái trong tiêu thụ sản phẩm và có xu hướng bị ép giá; nông dân còn thiếu động cơ để thực hiện theo quy trình thực hành nông nghiệp tốt...

Nghiên cứu “Sự tham gia liên kết của nông dân trong chuỗi giá trị nho Ninh Thuận” nhằm điều tra, phân tích, đánh giá thực trạng các mối liên kết ngang (giữa các hộ nông dân) và các mối liên kết dọc (giữa hộ nông dân với những tác nhân phía trước và tác nhân phía sau trong sản xuất - tiêu thụ sản phẩm), từ đó tìm ra yếu tố chính làm hạn chế các mối liên kết và gợi ý một số giải pháp tăng cường các mối liên kết của hộ nông dân trong chuỗi giá trị nho Ninh Thuận.

*Tác giả liên hệ: Email: dothinang@gmail.com

Phương pháp nghiên cứu

Phương pháp tiếp cận

Nghiên cứu sử dụng tiếp cận chuỗi giá trị để nhìn vào sự tham gia của hộ nông dân trồng nho trong chuỗi giá trị nho Ninh Thuận. Tiếp cận chuỗi giá trị còn giúp người sản xuất hướng tới thị trường tiêu thụ sản phẩm trước khi sản xuất. Trong bối cảnh toàn cầu hóa, người tiêu dùng đặt ra những yêu cầu cao hơn về sản phẩm, đặc biệt là sản phẩm cần có chất lượng tốt, chi phí thấp và có thể truy xuất nguồn gốc. Muốn vậy thì nông dân phải liên kết để tạo ra mô hình sản xuất lớn, thuận lợi cho áp dụng KH&CN và thực hành nông nghiệp tốt.

Nghiên cứu này dựa trên cách tiếp cận phân tích chuỗi giá trị của GTZ. Cách tiếp cận này hướng tới cung cấp các kiến thức cơ bản về các cách thức nâng cao cơ hội việc làm và thu nhập từ hoạt động kinh doanh của các doanh nghiệp nhỏ và siêu nhỏ, và người nông dân thông qua việc thúc đẩy chuỗi giá trị trong đó họ đang hoạt động [1]; phù hợp cho thúc đẩy sự tham gia của các hộ nông dân vào thị trường, giúp tiêu thụ được sản phẩm, từ đó giúp gia tăng thu nhập.

Phương pháp thu thập, tổng hợp và phân tích tài liệu

Tài liệu thứ cấp: Tác giả thu thập các nghiên cứu về cây nho Ninh Thuận, báo cáo phát triển kinh tế - xã hội của tỉnh Ninh Thuận, tài liệu liên quan đến hồ sơ bảo hộ chỉ dẫn địa lý của tỉnh Ninh Thuận, các số liệu niên giám thống kê tỉnh Ninh Thuận cùng các công trình nghiên cứu liên quan đến nho Ninh Thuận đã được công bố. Nơi thu thập tài liệu thứ cấp gồm Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Sở KH&CN, Sở Công thương của tỉnh Ninh Thuận, Hiệp hội nho Ninh Thuận và tìm kiếm thông tin trên mạng internet.

Tài liệu sơ cấp: Tác giả thu thập số liệu thực địa bằng cách phỏng vấn bằng bảng hỏi bán cấu trúc và phỏng vấn sâu đối với các tác nhân tham gia chuỗi giá trị nho Ninh Thuận. Đối tượng chọn phỏng vấn dựa theo phương pháp chọn mẫu có chủ đích, bao gồm các nhóm tác nhân sau: Đại lý vật tư nông nghiệp tại tỉnh Ninh Thuận, hộ nông dân sản xuất nho Ninh Thuận, thương lái, doanh nghiệp, cơ sở chế biến, thành viên Hiệp hội nho Ninh Thuận.

Phương pháp tổng hợp và phân tích tài liệu: Nghiên cứu tại bàn đối với các tài liệu thứ cấp, sử dụng phần mềm Excel để tổng hợp dữ liệu sơ cấp, sử dụng sơ đồ để biểu diễn các mối liên kết.

Một số lý luận về liên kết trong chuỗi giá trị

Khái niệm chuỗi giá trị

Khái niệm chuỗi giá trị (value chain) lần đầu tiên được giới thiệu bởi Micheal Porter (1985) trong cuốn sách phân tích về lợi thế cạnh tranh. Theo đó “chuỗi giá trị là một tập hợp các hoạt động để đưa một sản phẩm từ khi còn là ý tưởng đến khi được sản xuất, đưa vào sử dụng và các dịch vụ hỗ trợ” [2].

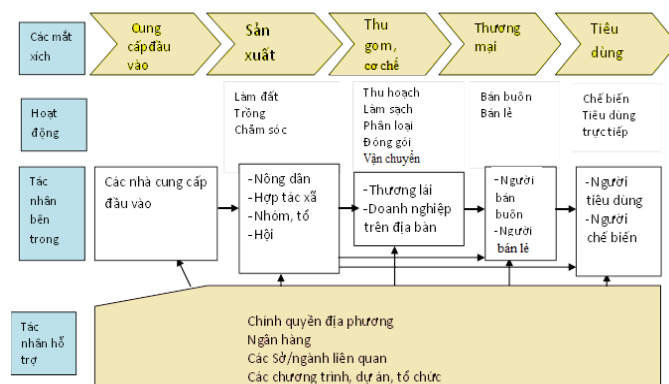
Theo cẩm nang ValueLink của Tổ chức hợp tác kỹ thuật

Đức (GTZ), một chuỗi giá trị là: Một loạt các hoạt động kinh doanh (hay chức năng) có quan hệ với nhau từ cung cấp các đầu vào cụ thể cho một sản phẩm nào đó, đến sơ chế, chuyển đổi, marketing, đến việc cuối cùng là bán sản phẩm đó cho người tiêu dùng (đây là quan điểm theo chức năng đối với chuỗi giá trị); là một loạt các doanh nghiệp (nhà vận hành) thực hiện các chức năng này, có nghĩa là nhà sản xuất, nhà chế biến, nhà buôn bán và nhà phân phối một sản phẩm cụ thể nào đó. Các doanh nghiệp kết nối với nhau bằng một loạt các giao dịch kinh doanh trong đó sản phẩm được chuyển từ tay nhà sản xuất sơ chế đến tay người tiêu dùng cuối cùng. Theo thứ tự các chức năng và các nhà vận hành, chuỗi giá trị sẽ bao gồm một loạt các đường dẫn trong chuỗi (hay còn gọi là khâu) [1].

Khái niệm chuỗi giá trị nông sản

“Chuỗi giá trị nông sản bao gồm các hoạt động diễn ra ở các cấp độ khác nhau (nông trại, nông thôn và thành thị), bắt đầu với việc cung ứng đầu vào, sản xuất, xử lý, chế biến sản phẩm, phân phối và tái chế. Khi sản phẩm đi qua hàng loạt các giai đoạn khác nhau đó, các giao dịch diễn ra giữa các tác nhân của chuỗi, tiền và thông tin được trao đổi và giá trị tăng dần” [3].

Một chuỗi giá trị nông sản giản đơn có thể chỉ bao gồm 3 khâu: Cung cấp đầu vào → Sản xuất → Tiêu thụ. Với các tác nhân tương ứng là (1) Người cung cấp đầu vào (đại lý, cửa hàng phân bón, thuốc bảo vệ thực vật - BVTN, giống...); (2) Người sản xuất (hộ nông dân); (3) Người tiêu dùng. Chuỗi giá trị nông sản phức tạp hơn sẽ gồm 5 khâu: Cung cấp đầu vào → Sản xuất → Thu gom, sơ chế → Thương mại → Tiêu dùng (sơ đồ 1).



Sơ đồ 1. Sơ đồ chuỗi giá trị ngành trồng trọt.

Liên kết trong chuỗi giá trị

Liên kết trong chuỗi giá trị là quan hệ liên kết kinh tế. Theo Bách khoa toàn thư Việt Nam: “Liên kết kinh tế là hình thức hợp tác và phối hợp thường xuyên các hoạt động do các đơn vị tự nguyện tiến hành để cùng đề ra và thực hiện các chủ trương, biện pháp có liên quan đến công việc sản xuất kinh doanh phát triển theo hướng có lợi nhất. Được thực hiện trên cơ sở tự nguyện, bình đẳng, cùng có lợi thông qua hợp đồng kinh tế ký kết giữa các bên tham gia và trong khuôn khổ pháp

luật của nhà nước” [4]. Khi phát triển các chuỗi giá trị nông sản đáp ứng thị trường hiện đại thì trong chuỗi hình thành nên 2 loại liên kết, gồm:

Liên kết dọc: Là liên kết giữa các tác nhân ở các mắt xích liên tiếp khác nhau. Liên kết dọc là quan hệ tất yếu hình thành trong quá trình phát triển các chuỗi giá trị nông sản [5]. Liên kết dọc kết hợp các khâu như sản xuất, phân phối, mua bán, hoặc các hoạt động sản xuất kinh doanh khác trong một chuỗi duy nhất. Cần thực hiện các liên kết dọc giữa các tác nhân trong chuỗi vì có thể giúp giảm chi phí chuỗi, những người trong cùng chuỗi có cùng tiếng nói; liên kết dưới hình thức hợp đồng bao tiêu sản phẩm được bảo vệ bởi luật pháp nhà nước, giúp giảm thiểu rủi ro cho những người tham gia liên kết; các thông tin thị trường đều được các tác nhân biết đến để sản xuất đáp ứng nhu cầu thị trường; tạo ra niềm tin phát triển chuỗi cao. Kết quả của liên kết dọc hình thành nên một chuỗi giá trị của một sản phẩm cụ thể và có thể làm giảm đáng kể chi phí trung gian [6].

Có nhiều hình thức liên kết dọc: Sản xuất theo hợp đồng (mô hình tập trung, mô hình trang trại hạt nhân, mô hình đa chủ thể, mô hình phi chính thức, mô hình trung gian); bao tiêu sản phẩm; hội nhập dọc [7].

Liên kết ngang: Là hình thức liên kết giữa các chủ thể trong cùng một chức năng hoạt động sản xuất kinh doanh. Nói cách khác, liên kết ngang là mối liên kết giữa các chủ thể sản xuất như nhau ở cùng một cấp (cùng trong một nhóm tác nhân). Ví dụ, sự liên kết giữa những người cùng ở khâu cung cấp đầu vào; sự liên kết giữa những người cùng ở khâu sản xuất; sự liên kết giữa các doanh nghiệp ở khâu phân phối tiêu thụ sản phẩm. Kết quả của liên kết ngang hình thành nên các tổ chức liên kết như hợp tác xã (HTX), liên minh, hiệp hội... cùng đưa ra các quy tắc hoạt động trên cơ sở hướng tới mục tiêu chung là nâng cao giá trị sản phẩm và giảm thiểu rủi ro. Việc tham gia liên kết ngang sẽ mang lại những lợi ích như giảm chi phí sản xuất kinh doanh cho từng thành viên trong tổ/nhóm, qua đó giúp tăng lợi ích kinh tế cho các thành viên; tổ/nhóm có thể đảm bảo được số lượng và chất lượng sản phẩm đáp ứng nhu cầu của người mua; có thể ký hợp đồng đầu ra sản xuất quy mô lớn và từ đó phát triển sản xuất kinh doanh bền vững. Có các hình thức liên kết ngang như các tổ/nhóm sản xuất, hợp tác xã, hiệp hội [7].

Lợi ích hình thành các liên kết

(1) Giúp hình thành nên các vùng sản xuất quy mô lớn để tận dụng lợi thế hiệu quả theo quy mô, từ đó có thể cắt giảm chi phí, nâng cao hiệu quả sản xuất kinh doanh, đáp ứng nhu cầu về số lượng sản phẩm lớn trong thị trường hiện đại.

(2) Giúp các nhà sản xuất, các nhà kinh doanh có thể nắm bắt cơ hội, giảm thiểu các rủi ro.

(3) Giúp nâng cao chất lượng sản phẩm, đa dạng hóa sản phẩm nhờ việc áp dụng tiến bộ khoa học kỹ thuật vào sản xuất, kinh doanh nông sản.

(4) Cho phép nhìn nhận sự vận động của toàn chuỗi giá trị, từ đó có những hỗ trợ thích hợp cho từng khâu, giúp mang lại giá trị gia tăng cho toàn chuỗi và tạo ra sự vận hành trơn tru của toàn chuỗi giá trị.

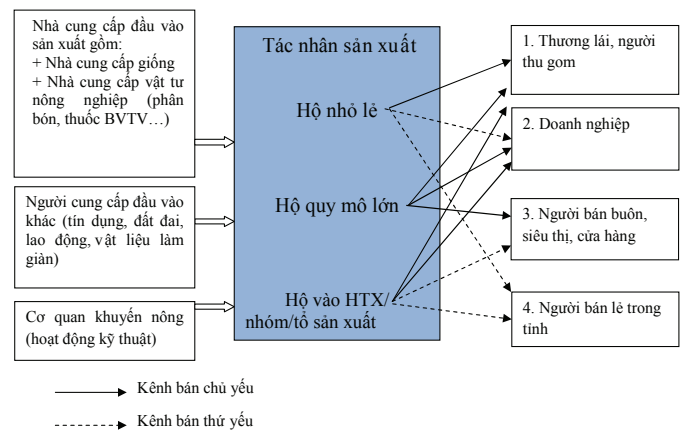
(5) Giúp phân phối lợi ích dọc theo chuỗi công bằng hơn trên cơ sở nâng cao vai trò và trách nhiệm của các tác nhân trong mỗi mắt xích và tạo ra cơ chế giúp các tác nhân tham gia vào chuỗi giá trị thực hiện tốt nhất chức năng của mình.

(6) Giúp tiêu thụ sản phẩm được nhanh hơn khi mà các hộ sản xuất và các doanh nghiệp phối hợp với nhau, gắn bó và phụ thuộc với nhau thông qua các cam kết, các thỏa thuận điều kiện về sản xuất và tiêu thụ sản phẩm nhằm mang lại lợi ích cho các bên.

Kết quả và thảo luận

Dựa theo quy mô sản xuất và sự tham gia vào các liên kết trong chuỗi giá trị nho Ninh Thuận, có thể chia người trồng nho thành 3 nhóm: i) Nhóm 1: Gồm những hộ nông dân nhỏ lẻ (có diện tích canh tác bình quân 2-4 sào); ii) Nhóm 2: Gồm những hộ nông dân độc lập có quy mô lớn (diện tích 5-10 sào); iii) Nhóm 3: HTX có quy mô từ 3 đến 40 ha. Ở nhóm này, nhiều hộ sản xuất tham gia vào HTX, trong đó, các hộ tham gia vào HTX có 2 kỳ vọng cốt lõi là được hướng dẫn, học hỏi cách làm nho an toàn và được bao tiêu sản phẩm.

Mỗi liên kết của người trồng nho vào trong chuỗi giá trị bao gồm các liên kết giữa người trồng với những tác nhân phía trước và tác nhân phía sau, gọi là các mối liên kết dọc. Ngoài ra, còn có các hình thức liên kết cùng cấp giữa những hộ trồng nho với nhau được gọi là các mối liên kết ngang (sơ đồ 2).



Sơ đồ 2. Sự tham gia vào chuỗi giá trị nho của tác nhân sản xuất. (nguồn: Tổng hợp từ dữ liệu điều tra thực địa tại Ninh Thuận).

Sự tham gia của hộ nông dân vào các liên kết dọc

Liên kết giữa người trồng nho với những tác nhân phía trước: Trong ngành nho Ninh Thuận, đầu vào sản xuất chủ yếu là phân bón và thuốc BVTV. Mối quan hệ giữa hộ sản xuất và các nhà cung ứng vật tư nông nghiệp chủ yếu thông qua thị trường tự do với quy mô nhỏ lẻ, đáp ứng nhu cầu sử dụng nhỏ

lẽ của các hộ sản xuất. Ở đây, hầu như thiếu các hướng dẫn sử dụng vật tư giữa người bán và người mua. Các hộ sản xuất vẫn sử dụng vật tư nông nghiệp theo kinh nghiệm và có tính tự phát.

Bên cạnh đó, hộ sản xuất còn cần đến các dịch vụ khác như đất đai, tín dụng, công cụ sản xuất... trong đó chủ yếu là nhu cầu về thuê đất và thuê lao động. Những hộ thuê đất là những hộ có nhu cầu mở rộng diện tích hoặc những hộ không có đất sản xuất. Còn về thuê lao động thì thường được thực hiện cho các hoạt động ghép mắt ở năm đầu tiên và hoạt động tía quả, cọt cành vào thời điểm đầu mỗi vụ nho.

Mối quan hệ giữa các tác nhân sản xuất với các tác nhân phía sau: Mối quan hệ này nhằm thực hiện hoạt động tiêu thụ sản phẩm nho tươi mà các tác nhân sản xuất ra. Qua sơ đồ 2 cho thấy, có 4 kênh bán hàng chính của hộ nông dân, gồm:

Kênh 1: Người sản xuất → Thương lái, người thu gom

Kênh 2: Người sản xuất → Doanh nghiệp

Kênh 3: Người sản xuất → Siêu thị, cửa hàng, người bán buôn

Kênh 4: Người sản xuất → Người bán lẻ trong tỉnh

Với mỗi nhóm tác nhân sản xuất với quy mô sản xuất khác nhau sẽ có khối lượng sản phẩm vào các kênh tiêu thụ khác nhau, gồm:

Đối với những hộ sản xuất có quy mô nhỏ lẻ: Chủ yếu tiêu thụ qua kênh 1, số nhỏ được tiêu thụ qua kênh 2 và 4. Cụ thể là khoảng 99% sản phẩm bán cho thương lái; một phần nhỏ được thu mua bởi doanh nghiệp; khoảng dưới 1% được bán cho người bán lẻ trong tỉnh hoặc hộ tự cất bán trực tiếp cho người tiêu dùng trong tỉnh (đây thường là những sản phẩm kém phẩm cấp hơn như nho bị hăm màu, nhỏ, xấu).

Đối với những hộ có quy mô sản xuất lớn: Sản phẩm được tiêu thụ qua kênh 1, 2 và 3. Sở dĩ nhóm này có thể bán ra cho doanh nghiệp và siêu thị, cửa hàng vì với quy mô lớn doanh nghiệp có thể lựa chọn sản phẩm tốt hơn với số lượng nhiều hơn. Tuy nhiên, nhóm này cũng có sự phụ thuộc lớn vào thương lái với 57% sản lượng; khoảng 25% bán cho doanh nghiệp và khoảng 18% cho người bán buôn, bán lẻ, siêu thị trong tỉnh, cửa hàng.

Đối với những hộ nông dân vào HTX/nhóm/tổ sản xuất: Có 2 kênh tiêu thụ chính là bán sản phẩm cho doanh nghiệp và bán cho thương lái. Các doanh nghiệp trong tỉnh thường ký bao tiêu sản phẩm cho HTX, nhưng cũng chỉ với số lượng có hạn, vì vậy phần còn lại các hộ thành viên vẫn phải tự lo bán, kết quả là các hộ vào HTX/nhóm/tổ sản xuất vẫn không có lựa chọn nào khác là bán cho thương lái, nên đại đa số cũng không muốn tham gia vào nhóm hoặc chỉ vào cho có chứ không thực sự hoạt động để đóng góp cho sự phát triển của HTX.

Như vậy có thể thấy, đối với cả 3 nhóm trên, thì thương lái vẫn đóng vai trò quan trọng nhất trong thu mua sản phẩm của

hộ nông dân.

Cụ thể về mối quan hệ mua bán giữa hộ nông dân với thương lái (người thu gom) có thể mô tả như sau: Có 2 hình thức mua bán nho tươi giữa hộ nông dân và thương lái/người thu gom, đó là “bán mao” và “bán bao giá”. Bán mao là hình thức thu mua mà ở đó thương lái sẽ đến vườn, đánh giá về sản lượng, sau đó trả giá và đặt cọc một số tiền cho hộ sản xuất. Việc mua bán hoàn toàn dựa trên thỏa thuận miệng và dựa trên niềm tin. Sau khi mua bán có thể xảy ra một số rủi ro. Hộ nông dân có thể sẽ chịu những rủi ro khi giá thị trường lên, hoặc khi thương lái không kịp thu hoạch để ảnh hưởng tới cây nho; thương lái sẽ chịu các rủi ro khi giá thị trường hạ, khi mưa nhiều làm nứt quả. Hình thức “bán bao giá” là hộ nông dân tự cắt quả và mang đến bán tại các chợ nhỏ (người bán buôn trong tỉnh/thương lái lớn/doanh nghiệp). Hình thức này ít phổ biến, chỉ xảy ra khi hộ cho rằng mức sản lượng mà thương lái đánh giá thấp hơn so với thực tế, hoặc vườn nho của hộ xấu và gặp phải thời điểm ế hàng thì thương lái không mua.

Trong quan hệ mua bán giữa các hộ sản xuất và các thương lái cũng không có mối quan hệ mua bán cố định vụ này qua vụ khác, cũng không có giao kèo về chất lượng, số lượng, thời điểm cung cấp sản phẩm giữa bên mua và bên bán, không có hợp đồng bao tiêu sản phẩm.

Sự tham gia của hộ nông dân vào các liên kết ngang

Đây là mối liên kết giữa các hộ trồng nho với nhau. Mối liên kết này có thể chia thành 3 loại hình:

Sự liên kết dựa trên quan hệ láng giềng giữa các hộ: Ở đây, các hộ nông dân tự hỏi kinh nghiệm lẫn nhau trong sản xuất và tiêu thụ sản phẩm. Đôi khi không có sự chia sẻ nào vì nhiều hộ có xu hướng giấu nghề. Hình thức này cũng có thể xem là hộ nông dân không tham gia liên kết.

Sự liên kết theo nhóm sản xuất theo tiêu chuẩn VietGAP do địa phương xúc tiến: Khi các hộ nông dân tham gia vào nhóm sản xuất theo tiêu chuẩn VietGAP (nông dân gọi tắt là “theo GAP”) họ có 2 kỳ vọng lớn, đó là học hỏi kỹ thuật để biết cách làm an toàn hơn và được “trên” bao tiêu sản phẩm. Tuy nhiên, các hoạt động của nhóm đã bộc lộ rõ mâu thuẫn giữa kỳ vọng của hộ nông dân và thực tiễn hoạt động của nhóm, làm cho nhóm dù có hình thành nhưng hoạt động lại rất yếu. cụ thể là: i) Mặc dù có các hướng dẫn kỹ thuật, nhưng đối với nông dân, đó lại là các hướng dẫn theo quy trình chung. Trong khi bộ phận kiểm tra sản xuất theo quy trình VietGAP không có sự kiểm tra chéo giữa các hộ về thực hiện các kỹ thuật, không có ghi chép trong sản xuất, trao đổi giữa các hộ; không hình thành mô hình sản xuất quy mô lớn để cùng thực hiện sản xuất theo một quy trình chung; ii) Trong khi hộ nông dân vào nhóm là để kỳ vọng được bao tiêu sản phẩm, nhưng nhóm không thực hiện bao tiêu sản phẩm cho hộ, kết quả là hộ vẫn phải bán sản phẩm cho thương lái. Có thể thấy, sự liên kết giữa các hộ nông dân thành nhóm đã không đáp ứng được kỳ vọng cốt lõi của hộ - đó là bao tiêu sản phẩm. Kết quả là mặc dù vận động nông

dân vào nhóm để thực hành sản xuất nông nghiệp tốt, nhưng thực tiễn hoạt động của nhóm lại không khuyến khích và tạo động lực cho hộ nông dân thực hành sản xuất nông nghiệp tốt. Điều này dẫn đến sự tồn tại của các nhóm sản xuất hiện nay chỉ có tính chất ghi danh, mà chưa thực sự xây dựng được các hành động và mục tiêu cụ thể cho nhóm, chưa hình thành được các cam kết giữa các thành viên, cũng như chưa mang lại được lợi ích hay đáp ứng các kỳ vọng của các thành viên. Điều này tất yếu dẫn đến tính phụ thuộc vào thương lái của hộ sản xuất.

Sự liên kết giữa các hộ sản xuất dưới hình thức tham gia HTX: Hiện nay tại Ninh Thuận đã và đang hình thành các mô hình HTX sản xuất nho theo tiêu chuẩn VietGAP. HTX có trách nhiệm góp phần bảo vệ và giữ gìn uy tín, danh tiếng sản phẩm nho Ninh Thuận cũng như được trao quyền khai thác chỉ dẫn địa lý Ninh Thuận cho cây nho. Xã viên HTX là các hộ cá thể tham gia theo nguyên tắc tự nguyện. Lợi ích mà hộ nhận được khi tham gia HTX đó là được hướng dẫn kỹ thuật, được tham gia và trao đổi kinh nghiệm sản xuất, trao đổi thông tin với các thành viên khác, được cấp tem, nhãn cho sản phẩm; được HTX tìm cách tiêu thụ sản phẩm. Trách nhiệm của các thành viên HTX là thực hành sản xuất theo quy trình kỹ thuật đã được hướng dẫn, trao đổi và chia sẻ kinh nghiệm với thành viên khác. Trách nhiệm của HTX là tổ chức các buổi tập huấn kỹ thuật, hội thảo, sinh hoạt, từ đó các thành viên HTX có thể trao đổi các kinh nghiệm trong sản xuất, trao đổi thông tin thị trường, khai thác quyền bảo hộ chỉ dẫn địa lý Ninh Thuận cho cây nho, tìm thị trường tiêu thụ (ngoại tỉnh) các sản phẩm cho thành viên HTX.

Có thể thấy, mô hình HTX đã và đang đáp ứng được các kỳ vọng cơ bản của các hộ trồng nho là học hỏi kỹ thuật để trồng nho an toàn và được bao tiêu sản phẩm. Chính vì vậy nó được sự hưởng ứng của các hộ sản xuất. Mô hình này cũng đáp ứng được mục tiêu hình thành mô hình sản xuất theo quy mô để có thể thực hiện sản xuất theo tiêu chuẩn VietGAP, tạo ra khối lượng sản phẩm lớn, chất lượng tốt, có chỉ dẫn nguồn gốc xuất xứ, từ đó đáp ứng được nhu cầu của người tiêu dùng.

Tuy nhiên, trong thực tiễn, mô hình HTX còn khá khiêm tốn. Nhiều hộ nông dân còn e ngại vào HTX. Thực tế đã chỉ ra một số nguyên nhân mà hộ không muốn vào HTX, đó là: Họ không chắc chắn về việc sản phẩm có được HTX bao tiêu hay không; nhiều hộ không muốn chia sẻ kinh nghiệm, bí quyết của mình với những hộ khác. Bản thân HTX cũng gặp nhiều khó khăn trong tìm kiếm thị trường tiêu thụ sản phẩm cho các xã viên... Câu hỏi đặt ra là làm thế nào để hộ sẵn lòng tham gia HTX và sẵn lòng học hỏi và chia sẻ? Rõ ràng, việc đáp ứng được kỳ vọng bao tiêu sản phẩm của hộ chính là giải pháp quan trọng nhất dẫn dắt hộ tham gia HTX.

Vai trò của cơ quan quản lý đối với sự tham gia của hộ nông dân vào các mối liên kết

Sự tham gia của cơ quan quản lý đối với hộ trồng nho đã mang lại những kết quả tích cực như mở rộng diện tích nho

giống tốt, thay thế những vườn có giống đã thoái hóa, trang bị nhận thức và hướng dẫn sản xuất nho an toàn cho nông hộ, thành lập các nhóm/HTX sản xuất nho an toàn. Tuy nhiên, trong mối liên kết này còn bộc lộ rõ một số mâu thuẫn: Thứ nhất, hộ sản xuất không thực hành sản xuất nông nghiệp tốt theo các hướng dẫn vì thiếu giám sát cũng như không được tiêu thụ sản phẩm; dù thực hành sản xuất tốt hay không thì sản phẩm của hộ đều bán cho thương lái, kết quả là hộ vẫn sản xuất nhỏ lẻ và làm theo kinh nghiệm. Thứ hai, cơ quan quản lý khuyến khích hộ nông dân nhỏ lẻ thực hành sản xuất theo tiêu chuẩn VietGAP, để từ đó có thể tạo ra sản phẩm đáp ứng các tiêu chuẩn cấp tem, nhãn nhằm mục đích phát huy, khai thác tài sản trí tuệ. Nhưng ngược lại, nhiều hộ không thực hiện, cũng không muốn nhận tem, nhãn. Việc tiêu thụ phụ thuộc hoàn toàn vào thương lái, mà thương lái lại không cần tem, nhãn, nên hộ nông dân không mua tem, nhãn vì phải mất thêm một khoản chi phí nữa.

Đề xuất một số giải pháp

Kết quả nghiên cứu cho thấy, giữa hộ sản xuất và các thương lái là mối quan hệ phụ thuộc chặt chẽ nhưng lại bộc lộ điểm yếu để có thể hình thành và phát triển một chuỗi giá trị đáp ứng nhu cầu thị trường. Điều này dẫn đến sự phụ thuộc của người sản xuất vào thương lái trong tiêu thụ sản phẩm. Từ đó dẫn đến thiếu động cơ dẫn dắt hộ nông dân trong liên kết để hình thành và phát triển các mô hình sản xuất hiệu quả hơn như tổ sản xuất hay các HTX. Vì vậy, để tăng cường sự tham gia của các hộ nông dân vào chuỗi giá trị nho Ninh Thuận, cần thực hiện một số giải pháp sau:

Đối với cơ quan quản lý nhà nước

Cơ quan quản lý nhà nước cần thực hiện các giải pháp giúp hỗ trợ thành lập các tổ/nhóm sản xuất, các HTX; khuyến khích và tạo động cơ cho sự tham gia của các hộ nông dân trồng nho vào tổ/nhóm và các HTX, như: Nghiên cứu thị trường, mở rộng các quan hệ hợp tác để tìm kiếm đối tác tiêu thụ sản phẩm nho Ninh Thuận. Từ đó cung cấp cho nông dân các thông tin thị trường cũng như có thể bao tiêu sản phẩm cho nông dân. Hơn nữa, cơ quan quản lý nhà nước cần có chính sách hỗ trợ tín dụng cho nông dân và các doanh nghiệp/HTX; thực hiện kiểm soát và trang bị kiến thức kỹ thuật đối với các nhà cung cấp vật tư nông nghiệp (phân bón và thuốc BVTV). Đồng thời, Nhà nước cần chú trọng hơn nữa việc nâng cao vai trò của khu vực doanh nghiệp và HTX, hỗ trợ doanh nghiệp và HTX trở thành người dẫn dắt hành vi sản xuất của nông dân theo nguyên tắc cầuaneo.

Đối với các hộ nông dân

Bản thân người sản xuất cần cởi mở hơn trong tiếp nhận các kiến thức, đặc biệt là kiến thức về thị trường và về thực hành nông nghiệp tốt.

Tăng cường hợp tác, chia sẻ kinh nghiệm sản xuất thông qua các hình thức tham gia vào các nhóm/tổ sản xuất hay HTX

để có cơ hội tốt hơn trong việc học hỏi và thực hành kỹ thuật canh tác tốt cũng như có cơ hội tốt hơn về thị trường đầu ra.

Giải pháp đối với HTX

Tăng cường tìm kiếm thị trường tiêu thụ thông qua các hoạt động quảng bá sản phẩm, xây dựng thương hiệu, tìm kiếm các mối quan hệ hợp tác với các doanh nghiệp trong và ngoài tỉnh.

Giám sát xã viên thực hành nông nghiệp tốt để có thể nâng cao năng suất và đảm bảo chất lượng sản phẩm.

Tăng cường đầu tư cơ sở hạ tầng, chú trọng các khâu sau thu hoạch (sơ chế, đóng gói, bảo quản).

Tìm kiếm nhà đầu tư để đảm bảo cung cấp vốn đầu vào cho xã viên, từ đó giảm thiểu rủi ro và giảm thiểu chi phí sản xuất cho xã viên.

Kết luận

Giữa hộ sản xuất nhỏ Ninh Thuận và người thu mua là mối quan hệ phụ thuộc chặt chẽ nhưng lại bộc lộ điểm yếu để hình thành và phát triển một chuỗi giá trị đáp ứng nhu cầu thị trường. Đây là mối quan hệ theo phương thức “đẩy” chứ không phải theo phương thức “câu kéo”. Điều này dẫn đến sự phụ thuộc của người sản xuất vào thương lái trong tiêu thụ sản phẩm, làm cho phần lớn người sản xuất rơi vào tình cảnh bị ép giá và sản xuất vẫn mang tính chất “lấy công làm lãi”. Từ việc thiếu các mối liên kết dọc giữa sản xuất và tiêu thụ sản phẩm dẫn đến thiếu động cơ dẫn dắt hộ nông dân liên kết với nhau để hình thành và phát triển các mô hình sản xuất hiệu quả hơn như tổ sản xuất hay các HTX. Vì vậy, để tăng cường sự tham

gia của nông dân vào các mối liên kết, cơ quan quản lý tỉnh Ninh Thuận cần thực hiện đồng bộ nhiều giải pháp từ nghiên cứu thị trường cho đến các giải pháp hỗ trợ nông dân, hỗ trợ doanh nghiệp và HTX trong sản xuất và tiêu thụ sản phẩm. Bản thân hộ sản xuất cần tích cực hơn trong nâng cao nhận thức cũng như thực hành nông nghiệp tốt. Đối với HTX, cần chú trọng hơn nữa trong xây dựng thương hiệu và tìm kiếm thị trường, tăng cường cơ sở hạ tầng, hỗ trợ và khuyến khích nông dân vào HTX.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] GTZ (Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit) (2008), *ValueLinks Manual: The Methodology of Value Chain Promotion*, Reprint of First Revised Edition.
- [2] Michael Porter (1985), *Competitive Advantage - Creating and Sustaining Superior performance*.
- [3] The UNIDO Approach (2009), *Agro-value chain analysis and development*.
- [4] Hồ Quế Hậu (2012), *Liên kết kinh tế giữa doanh nghiệp chế biến nông sản với nông dân ở Việt Nam*, Luận án tiến sĩ, Trường Đại học Kinh tế quốc dân.
- [5] Raphael Kaplinsk, Mike Morris (2000), *Handbook for value chain research*, Prepared for the IDRC.
- [6] Phùng Giang Hải (2015), *Liên kết trong sản xuất và chế biến tôm thương phẩm ở tỉnh Cà Mau*, Luận án tiến sĩ, Học viện Nông nghiệp Việt Nam.
- [7] Dự án Cải thiện sự tham gia thị trường cho người nghèo và dự án Giảm nghèo tại các vùng nông thôn (2008), *Tài liệu tập huấn dành cho giảng viên về chuỗi giá trị, tiếp cận thị trường và Nghị định 151/2007/NĐ-CP ngày 10/10/2017 của Chính phủ về tổ chức và hoạt động của tổ hợp tác*, GTZ và IFAD (Quỹ phát triển nông nghiệp quốc tế).