

# PHÂN TÍCH CHUỖI GIÁ TRỊ LÚA GẠO VÙNG ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG NĂM 2009

Võ Thị Thanh Lộc<sup>1</sup>, Nguyễn Phú Sơn<sup>1</sup>

## TÓM TẮT

Đề tài “Phân tích chuỗi giá trị lúa gạo vùng đồng bằng sông Cửu Long năm 2009” đã được thực hiện theo cách tiếp cận tổng hợp của Kaplinsky và Morris (2000), Recklies (2001), GTZ ValueLinks (2007) và M4P (2007) cùng với phỏng vấn trực tiếp 549 đại diện các tác nhân tham gia chuỗi và 10 nhóm thuộc bốn tỉnh có diện tích và sản lượng lúa cao nhất. Nghiên cứu đã đi sâu phân tích: (1) chuỗi giá trị hiện tại lúa gạo, bao gồm: chuỗi giá trị lúa gạo nội địa và chuỗi giá trị lúa gạo xuất khẩu; (2) phân tích kinh tế chuỗi nhấn mạnh phân phối lợi ích, chi phí, giá trị gia tăng cũng như tổng lợi nhuận, tổng thu nhập của mỗi tác nhân và toàn chuỗi. Nghiên cứu còn đề cập đến các giải pháp nâng cấp chuỗi nhằm để tăng giá trị gia tăng, thu nhập và lợi nhuận, lợi thế cạnh tranh cũng như phát triển bền vững ngành hàng lúa gạo ở ĐBSCL nói riêng và Việt Nam nói chung.

Từ khóa: *Chuỗi giá trị, giá trị gia tăng, tác nhân và lúa gạo.*

## I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Gạo là thực phẩm chủ yếu của Việt Nam, chiếm trung bình khoảng 78% nguồn năng lượng đầu vào. Bên cạnh hai mặt hàng thủy sản chính là cá và tôm thì gạo cũng là mặt hàng xuất khẩu chủ lực của Việt Nam. Trong 10 năm qua, hàng năm lượng xuất khẩu từ 4-6 triệu tấn với kim ngạch xuất khẩu từ 2-2,7 tỷ USD. Tuy nhiên, có sự suy giảm về diện tích trồng lúa (tốc độ tăng trung bình chỉ đạt 0,45%, riêng ĐBSCL là 0,9%) nhưng năng suất thì không ngừng tăng lên (tốc độ tăng trung bình là 2,6%). Riêng năm 2009, diện tích trồng lúa của cả nước là 7,43 triệu héc ta và sản lượng lúa khoảng 39,08 triệu tấn, trong đó ĐBSCL chiếm 52,1% về diện tích và 52,5% về sản lượng. Cũng năm 2009, ĐBSCL sản xuất ra 20,52 triệu tấn lúa (tương đương 13,54 triệu tấn gạo), sau khi trừ đi tiêu dùng, làm giống, chăn nuôi và tiêu dùng công nghiệp của vùng thì sản lượng gạo hàng hóa của ĐBSCL là 7,74 triệu tấn, trong đó tham gia xuất khẩu gần 5,5 triệu tấn (chiếm 90,9% tổng sản lượng gạo xuất khẩu của quốc gia), số lượng gạo hàng hóa còn lại tiêu thụ nội địa và dự trữ.

Mặc dù ĐBSCL là nơi có sản lượng lúa gạo lớn nhất nước nhưng ảnh hưởng lớn của hạn hán và lũ lụt liên tiếp xảy ra, những thay đổi về thời tiết, khí hậu, lượng nước và chất lượng nước, hệ thống tiếp thị gạo thì manh mún, yếu trong liên kết dọc, liên kết ngang thì thiếu nguồn lực tài chính và yếu năng lực quản lý,

thất thoát sau thu hoạch lớn và quản lý chất lượng kém. Nhiều vấn đề cần được nghiên cứu và quan tâm liên quan đến sản xuất và tiêu thụ chuỗi ngành hàng lúa gạo nhằm quản lý chuỗi cung ứng hiệu quả từ đầu vào đến đầu ra, quản lý chất lượng từ đầu ra trở về đầu vào, quản lý rủi ro, nâng cao hiệu quả và phát triển các chính sách hỗ trợ có liên quan để tăng giá trị gia tăng, nâng cao thu nhập và sinh kế người trồng lúa cũng như phát triển bền vững chuỗi ngành hàng lúa gạo của ĐBSCL nói riêng và cả nước nói chung.

## II. MỤC TIÊU NGHIÊN CỨU

### 1. Mục tiêu chung

Phân tích chuỗi giá trị lúa gạo và các vấn đề có liên quan nhằm giúp các nhà quản lý, nhà tạo lập chính sách có thêm cơ sở để hoạch định và thiết kế những chính sách phù hợp hơn để tăng hiệu quả sản xuất và tiêu thụ lúa gạo cũng như nâng cao việc liên kết giữa nông dân và các tác nhân liên quan góp phần phát triển bền vững chuỗi ngành hàng.

### 2. Mục tiêu cụ thể

(1) Mô tả chuỗi giá trị lúa gạo vùng ĐBSCL (chức năng chuỗi, tác nhân, kênh thị trường tiêu thụ nội địa và xuất khẩu, hỗ trợ, hậu cần chuỗi).

(2) Phân tích kinh tế chuỗi giá trị lúa gạo (giá trị gia tăng, tổng lợi nhuận, tổng thu nhập chuỗi).

(3) Đề nghị các giải pháp và chính sách nâng cấp chuỗi giá trị và phát triển bền vững chuỗi.

## III. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

### 1. Phương pháp tiếp cận

<sup>1</sup> Viện Nghiên cứu Phát triển ĐBSCL, Trường Đại học Cần Thơ



Lý thuyết chuỗi giá trị của Kaplinsky và Morris (2000), chuỗi giá trị của Recklies (2001) và phương pháp tiếp cận chuỗi giá trị của Eschborn GTZ (2007) và M4P (tiếp cận thị trường tốt hơn cho người nghèo) được ứng dụng để nghiên cứu và phân tích cùng với số liệu thu thập đại diện trên tất cả các tác nhân tham gia chuỗi ngành hàng lúa gạo.

**2. Địa bàn nghiên cứu**

Bốn tỉnh được chọn làm vùng đại diện nghiên cứu, đó là: Kiên Giang, An Giang, Long An và Sóc Trăng; 4 tỉnh này chiếm 51% diện tích trồng lúa (1.974.810 ha) và 52% sản lượng lúa của vùng ĐBSCL (10.716.723 tấn) năm 2009. Ngoài ra, những tỉnh này còn đại diện cho các vùng khác nhau thuộc phía Bắc,

Tây và Đông của ĐBSCL nơi có điều kiện và tập quán sản xuất tương đối khác nhau. Mỗi tỉnh chọn hai huyện, mỗi huyện chọn hai xã theo tiêu chí trên để tiến hành nghiên cứu. Dữ liệu thu thập được phỏng vấn trực tiếp qua bộ câu hỏi liên quan đến từng tác nhân tham gia chuỗi ngành hàng lúa gạo, cán bộ quản lý địa phương và chuyên gia về lúa gạo.

**3. Cơ cấu mẫu và cỡ mẫu**

Tổng số quan sát mẫu là 549 và 10 nhóm theo phương pháp đánh giá nông thôn có sự tham gia (PRA- participatory rural appraisal). Quan sát mẫu chọn bằng phương pháp thuận tiện. Bảng 1 dưới đây sẽ mô tả chi tiết cơ cấu quan sát mẫu.

**Bảng 1. Cơ cấu quan sát mẫu theo tác nhân chuỗi ngành hàng lúa gạo**

	Chi tiết	Số quan sát mẫu
1. Nhà cung cấp đầu vào	1a. Vật tư nông nghiệp	16
	1b. Sản xuất giống	8
2. Nông dân	(Mỗi tỉnh khoảng 40)	161
3. PRA	8 huyện 2 xã	10 nhóm
4. Thương lái	4a. Thương lái lúa/ Cò lúa	14/2
	4b. Thương lái gạo lức	7
5. Nhà máy xay xát	(Mỗi tỉnh 4 nhà máy)	16
6. Nhà máy lau bóng	Khu lau bóng tập trung lớn nhất ở ĐBSCL thuộc huyện Cái Bè, Tiền Giang	18
7. Bán sỉ/lẻ	7a. Trong vùng ĐBSCL	57
	7b. Ngoài vùng ĐBSCL	33
8. Công ty	Tham gia xuất khẩu gạo	47
9. Phỏng vấn người am hiểu (KIP)	8a. KIP thuộc địa phương	45
	8b. Chuyên gia lúa gạo	17
10. Người tiêu dùng	10a. Ngoài vùng ĐBSCL	82
	10b. Trong vùng ĐBSCL	26
<b>Tổng số</b>		<b>549 + 10 nhóm</b>

**IV. KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN**

**1. Phân tích chuỗi giá trị lúa gạo vùng ĐBSCL năm 2009**

*a) Chức năng, tác nhân, kênh thị trường và hỗ trợ chuỗi*

Năm 2009, ĐBSCL sản xuất được 20,52 triệu tấn lúa, sau khi trừ đi thất thoát trong thu hoạch trên đồng trung bình là 9,8% (DARDs, 2009) thì còn lại 18,51 triệu tấn. Lượng lúa này để lại làm giống 4,2% (lúa giống năm 2009 trung bình sử dụng khoảng 150 kg/ha cộng thêm 10% dự phòng, tổng cộng khoảng 165 kg/ha gieo trồng) và chăn nuôi 3,13% (bảng 2).

Vì vậy, lượng lúa còn lại qua xay xát là 17,29 triệu tấn (tương đương 11,41 triệu tấn gạo). Sau khi trừ đi lượng gạo thất thoát sau xay xát và lưu thông khoảng 9,83% (MDI, 2010) thì lượng gạo còn lại trước khi phân phối là 10,29 triệu tấn. Trong đó:

- Tiêu dùng gạo khoảng 135 kg/người/năm bao gồm cả tiêu dùng tại gia đình và bên ngoài gia đình như tại các quán ăn, nhà hàng. Vậy lượng gạo tiêu dùng của vùng ĐBSCL năm 2009 là 2,32 triệu tấn (chiếm 22,5%).
- Tiêu dùng công nghiệp 2% lượng gạo (0,24 triệu tấn) bao gồm làm hủ tiếu, bánh phở, mì tươi, bánh tráng và bột gạo (các sản phẩm này tiêu thụ cả



trong nước và xuất khẩu tuy chưa được thống kê chính thức) kể cả nấu rượu. Tuy nhiên, các sản phẩm trên chủ yếu sản xuất từ tấm chứ không phải từ gạo thành phẩm (xay xát 1 tấn lúa thu được 0,15 tấn tấm và 0,20 tấn cám, lượng tấm năm 2009 lên đến 2,6 triệu tấn, đây là một sản phẩm phụ quan trọng từ ngành hàng lúa gạo).

• Do vậy, số lượng gạo hàng hóa còn lại của vùng là 7,74 triệu tấn. Tuy nhiên, như đã trình bày ở trên nếu gạo dành cho tiêu dùng công nghiệp làm từ tấm thì lượng gạo hàng hóa này lên đến gần 8 triệu tấn (7,74 + 0,24 triệu tấn).

**Bảng 2. Sản xuất, tiêu dùng và tiêu thụ lúa gạo của ĐBSCL năm 2009 (triệu tấn)**

Chi tiêu	Lúa	%	Gạo
1. Tổng sản lượng (Q)	20,52		13,54
2. Trừ thất thoát lúa khi thu hoạch	2,01	9,8	1,32
3. Tổng sản lượng phân phối (Q1)	18,51		12,22
4. Nhu cầu trong ĐBSCL	5,09		3,36
- Tiêu dùng: 135 kg gạo/người*17,213 triệu	3,51		2,32
- Lúa giống: 165 kg*3,870 triệu ha	0,64		0,42
- Chăn nuôi: 3,13%*Q1 lúa	0,58		0,38
- Tiêu dùng công nghiệp 2%*Q1 gạo	0,36		0,24
5. Thất thoát gạo sau xay xát:		9,83	1,12
- Khâu xay xát: 2,47%			
- Khâu lau bóng: 4%			
- Bán sỉ lẻ: 1%			
- Khâu lưu thông : 2,36%			
6. Lúa gạo hàng hóa của ĐBSCL	13,42		7,74

*Nguồn: Số liệu điều tra (MDI, 2010)*

*(\*) 1 kg lúa = 0,66 kg gạo*

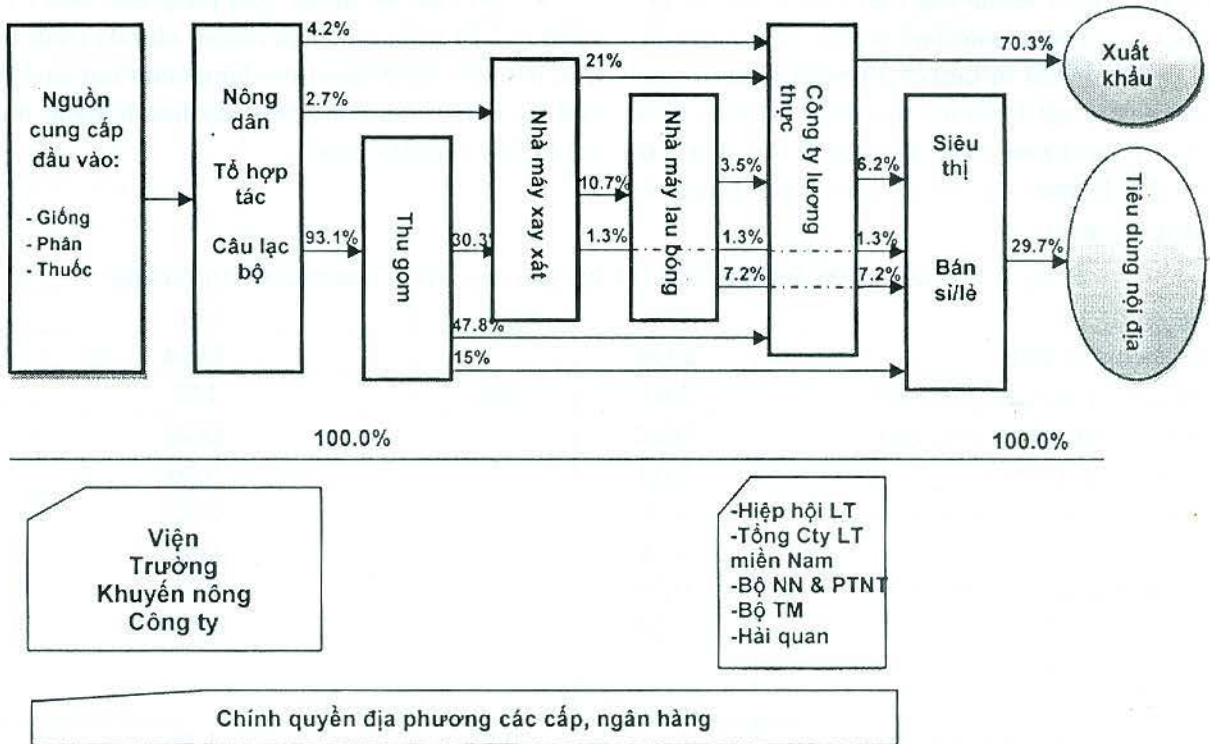
Sơ đồ dưới đây trình bày chuỗi giá trị lúa gạo vùng ĐBSCL theo lượng gạo hàng hóa của vùng này (7,74 triệu tấn) bao gồm chuỗi giá trị lúa gạo nội địa và xuất khẩu có chức năng và kênh thị trường chuỗi tương đối giống nhau. Những chức năng cụ thể bao gồm khâu đầu vào (giống, phân bón, thuốc trừ sâu, bệnh...), khâu sản xuất (nông dân, câu lạc bộ nông dân,...), khâu thu gom (thương lái/hàng xáo), khâu chế biến (nhà máy xay xát, lau bóng và công ty), khâu thương mại (công ty, bán sỉ/lẻ) và tiêu dùng (nội địa và xuất khẩu).

Lúa nông dân sản xuất ra bán cho thương lái 93,1%, tuy nhiên, giữa nông dân và thương lái còn có lực lượng “Cò” môi giới mua bán lúa với chi phí 20 đ/kg do thương lái trả nhưng nhiều trường hợp nông dân muốn bán lúa nhanh vẫn phải chi thêm cho “Cò” từ 20-50 đồng/kg. Thương lái đem lúa bán cho nhà máy xay xát (30,3%) hoặc xay xát ra gạo lúc rồi bán

cho công ty (47,8%) và bán cho nhà máy lau bóng (10,7%), bán gạo trắng cho người bán sỉ/lẻ (15%). Nông dân bán lúa một lượng rất ít trực tiếp cho công ty (4,2%) và nhà máy xay xát (2,7%).

Chuỗi giá trị gạo xuất khẩu chủ yếu do công ty đảm trách. Kênh thị trường bao gồm: (1) kênh trực tiếp: có một xu hướng liên kết dọc giữa công ty và nhà sản xuất mặc dù tỷ lệ này còn thấp (4,2%), 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 3 cấp: lúa gạo được bán 3 tác nhân trung gian là nhà máy xay xát, nhà máy lau bóng và công ty; và (3) Kênh 4 cấp: lúa gạo được bán qua 4 tác nhân trung gian, đó là: thương lái, nhà máy xay xát, nhà máy lau bóng và công ty. Lượng gạo xuất khẩu chiếm 70,3% tổng lượng gạo hàng hóa của vùng ĐBSCL qua các thị trường chính như châu Phi, châu Á, châu Âu và Trung Đông.





Sơ đồ 1. Chuỗi giá trị lúa gạo hàng hóa vùng ĐBSCL năm 2009

Chuỗi giá trị gạo đáp ứng nhu cầu nội địa chiếm 29,7% qua các tác nhân như: chuỗi giá trị gạo xuất khẩu nhưng thêm nhà bán sỉ/lẻ gạo nội địa được cung cấp bởi thương lái (15%), nhà máy lau bóng (7,2%), công ty (6,2%) và nhà máy xay xát (1,3%). Chuỗi gạo nội địa cũng là thị trường thứ hai trong trường hợp sản phẩm gạo xuất khẩu không đáp ứng nhu cầu thị trường về chất lượng, khẩu vị và an toàn thực phẩm như gạo lẫn lộn nhiều loại, suy thoái giống, sâu mọt gạo, gạo lẫn tạp chất như tóc, sạn, gạo nhiễm chất hóa học do xịt thuốc chống sâu mọt.

Có nhiều tổ chức hỗ trợ chuỗi giá trị lúa gạo về kỹ thuật, tài chính và thị trường như viện/trường và trung tâm giống hỗ trợ về chất lượng lai tạo giống lúa; hỗ trợ tài chính từ ngân hàng nhà nước và tư nhân; hỗ trợ kỹ thuật từ trung tâm khuyến nông, công ty cung cấp đầu vào; cung cấp thông tin thị trường, thương mại quốc tế, tiêu chuẩn chất lượng và những thủ tục xuất khẩu cũng như chính sách được hỗ trợ từ Chính phủ, chính quyền địa phương các cấp, Hiệp hội Lương thực Việt Nam (VFA), Tổng công ty Lương thực miền Nam, Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, Bộ Công thương và Hải quan (Sơ đồ 1).

*b) Phân tích kinh tế chuỗi giá trị gạo*

Phân tích kinh tế chuỗi giá trị lúa gạo cần thống nhất một số cách tính toán, đó là: (1) giá bán và giá

mua lúa gạo của tất cả các tác nhân tham gia chuỗi đều được qui ra giá gạo (tỷ lệ qui đổi là giá gạo bằng 1,28 lần giá lúa); (2) chi phí đầu vào của nông dân gồm chi phí giống, phân bón và thuốc bảo vệ thực vật, các chi phí còn lại của nông dân là chi phí tăng thêm (Bảng 3); và (3) chi phí đầu vào của các tác nhân đi sau là giá bán hoặc giá bán trung bình của các tác nhân đi trước tùy thuộc vào kênh thị trường.

Với cơ cấu chi phí sản xuất lúa như trong bảng 3, năm 2009 giá thành sản xuất 1 kg lúa của nông dân ĐBSCL là 3.650 đồng, trong đó chi phí đầu vào chiếm tỷ trọng cao nhất (42,4%), kể đến là chi phí thuê lao động (20,6%) và chi phí lãi vay (14,4%), nếu tính cả chi phí lãi trả vào cuối vụ để mua đầu vào sản xuất thì chi phí lãi vay này lên đến 17,2%. Cũng lưu ý rằng, cơ cấu chi phí trên chưa kể chi phí thuê đất trồng lúa vì hiện nay có hiện tượng nông dân thuê đất trồng lúa (chiếm 10% người sản xuất lúa theo điều tra dữ liệu sơ cấp năm 2009) với chi phí trung bình từ 7-10 triệu đồng/ha/vụ. Hay nói cách khác, chi phí này khoảng 1000 đ/kg/vụ. Đặc biệt, năm 2010 trong hai vụ đông xuân và hè thu chi phí sản xuất lúa đã tăng khoảng 74,6% trong khi giá bán lúa trung bình chỉ tăng 14,2% (số liệu điều tra bổ sung 80 hộ trồng lúa ở 4 tỉnh nghiên cứu trong 2 vụ lúa chính năm 2010).



**Bảng 3. Cơ cấu chi phí sản xuất lúa của nông dân**

TT	Khoản chi	đ/kg	%
1	Giống, phân bón, thuốc bảo vệ thực vật	1.548	42,4
2	Lao động thuê	752	20,6
3	Lao động nhà	350	9,6
4	Khấu hao (52) + dụng cụ sx (50)	102	2,8
5	Chi phí lưu thông (mua vào...)	60	1,6
6	Chi phí "Cò" (20) + ăn uống xuống giống và thu hoạch	120	3,3
7	Chi phí thủy lợi	90	2,5
8	Trả lãi vay đầu vào	102	2,8
9	Trả lãi vay ngân hàng	526	14,4
Tổng giá thành lúa		3.650	100,0
Giá lúa qui ra giá gạo (*1,28)		4.672	

Nguồn: Kết quả khảo sát (MDI, 2010)

**Bảng 4. Giá trị gia tăng chuỗi giá trị gạo theo kênh thị trường**

*ĐVT: đồng/kg*

	Nông dân (F)	Thương lái (C)	Nhà máy xay xát (PM)	Nhà máy lau bóng (RM)	Công ty (Co)	Bán sỉ/lẻ (W/R)	Tổng cộng
<b>Kênh 1: Chuỗi giá trị gạo nội địa (F-C-PM-RM-Co-W/R-User)</b>							
1. Giá bán	5.212	5.530	6.100	6.943	7.771	9.454	
2. Chi phí đầu vào	1.982	5.212	5.530	6.100	6.100	6.943	
3. Chi phí tăng thêm	2.690	279	447	793	1.115	1.879	
4. Tổng chi phí	4.672	5.491	5.977	6.893	7.215	8.822	
5. Giá trị gia tăng thuần	540	39	123	50	556	632	1.940
6. % GTGT thuần	27,8	2,0*	6,3	2,6	28,7	32,6	100,0
<b>Kênh 2: Chuỗi giá trị gạo xuất khẩu (F-C-PM-RM-Co-Export)</b>							
1. Giá bán	5.212	6.700	6.163	6.943	8.142		
2. Chi phí đầu vào	1.982	5.212	5.530	6.100	6.581		
3. Chi phí tăng thêm	2.690	1.208	447	793	1.139		
4. Tổng chi phí	4.672	6.420	5.977	6.893	7.720		
5. Giá trị gia tăng thuần	540	280	186	50	422		1.478
6. % GTGT thuần	36,5	18,9**	12,3	3,4	28,6		100,0

*Giá gạo bằng = 1,28 giá lúa (giá lúa/0,66 - giá tấm cám (4000) \*0,35 kg)*

*(\*) Mua lúa bán lúa; (\*\*) Mua lúa bán gạo lúc*

Trường hợp nông dân bán lúa trực tiếp cho công ty thì có lợi nhuận cao hơn, vì giá lúa bán được là 4.300 đ/kg, qui ra giá gạo là 5.504 đ/kg, sau khi trừ đi tổng chi thì nông dân còn lãi 832 đ/kg (tăng 54%

Theo tính toán ở bảng 4 thì tổng lợi nhuận/kg gạo cho toàn chuỗi là 1.478 đồng (đối với gạo xuất khẩu) và 1.940 đ/kg (đối với gạo tiêu thụ nội địa, cao hơn gạo xuất khẩu vì có thêm tác nhân nhà bán sỉ/lẻ). Thương lái/hàng xáo có giá trị gia tăng thuần thấp nhất ở kênh nội địa (2,0%) trong trường hợp mua lúa bán lúa cho nhà máy xay xát nhưng chỉ tiêu này tăng lên 18,9% trong trường hợp mua lúa bán gạo lúc cho nhà máy xay xát hoặc công ty để xuất khẩu. Người bán sỉ/lẻ có lợi nhuận cao nhất trong chuỗi là 632 đ/kg (32,6%), kể đến là công ty (28,7%) và nông dân (27,8%).

so với trường hợp bán qua thương lái và các tác nhân khác). Vì vậy, việc tăng cường phát triển liên kết dọc là hết sức quan trọng để tăng lợi nhuận, tăng chất lượng và giảm chi phí trung gian.



Trong phân tích tổng hợp kinh tế chuỗi lúa gạo năm 2009 (bảng 5), nông dân nhận 25,6% lợi nhuận/kg gạo, 39,2% tổng lợi nhuận và 22,3% tổng thu nhập trong toàn chuỗi. Tuy nhiên, với thu nhập này nếu trung bình mỗi nông hộ trồng lúa có 5 nhân khẩu thì thu nhập trung bình/nhân khẩu sẽ là 727.062 đồng/tháng và khoảng 908.828 đồng/tháng

nếu hộ có 4 nhân khẩu. Điều này cho thấy rằng mặc dù nông dân có lợi nhuận tương đối cao trên 1 kg gạo sản xuất ra so với vài tác nhân khác trong chuỗi nhưng thu nhập về lúa gạo tính trên đầu người vẫn rất thấp. Hơn nữa, theo kết quả điều tra năm 2009 mỗi năm thu nhập trừ chi tiêu của nông hộ trồng lúa còn dư khoảng 1 triệu đồng/năm.

**Bảng 5. Phân tích tổng hợp kinh tế chuỗi giá trị gạo năm 2009**

Tác nhân	Nông dân	Thương g lái	NM xay xát	NM lau bóng	Công ty	Bán sỉ/lẻ	Tổng cộng
1. Sản lượng sản xuất (1000 tấn)	12.220	11.377	4.033	1.466	9.348	3.629	
<i>Sản lượng (1000 tấn) *</i>							
2. Giá bán (đ/kg)	5.212	6.700	6.163	6.943	8.142	9.454	
3. Lợi nhuận (đ/kg)	540	280	186	50	422	632	2.110
4. Tổng lợi nhuận - GP (tỷ đ)	6.599	3.186	750	73	3.995	2.293	16.846
5. Tổng thu nhập - GI (tỷ đ)	63.691	76.226	24.855	10.178	76.111	34.308	285.370
6. % Lợi nhuận/kg	25,6	13,3	8,8	2,4	20,0	30,0	100,0
7. % tổng lợi nhuận	39,2	18,9	4,5	0,4	23,7	13,6	100,0
8. % tổng thu nhập	22,3	26,7	8,7	3,6	26,7	12,0	100,0
9. GP /nông hộ (đ)	3.421.233						
10. GI /nông hộ (đ)	33.021.233						
11. GP/ người/tháng (đ)	94.161						
12. GI/người/tháng (đ)	908.828* (4 khẩu/hộ) 727.062 (5 khẩu/hộ)						

(\*) 1 kg lúa = 0,66 kg gạo

VN: 1,46 triệu hộ trồng lúa và 216 công ty xuất khẩu gạo năm 2009

Ngoài ra, trong cơ cấu kinh tế chuỗi giá trị, nông dân có lợi ích cao về tổng thu nhập và tổng lợi nhuận nhưng do có hơn 1,46 triệu hộ trồng lúa sản xuất manh mún và chu kỳ sản xuất kéo dài (3-4 tháng/vụ) so với các tác nhân kinh doanh khác trong chuỗi (hàng ngày có thể bán ra hàng chục tấn lúa gạo), điều này dẫn đến thu nhập và lợi nhuận trên một đơn vị hộ sản xuất lúa trong 1 năm thấp hơn rất nhiều so với tất cả các tác nhân khác trong chuỗi.

**2. Chiến lược nâng cấp chuỗi và các giải pháp**

Chiến lược nâng cấp chuỗi và các giải pháp về chính sách có liên quan được đề xuất dựa trên các cơ sở: (1) phân tích chuỗi giá trị hiện tại về lúa gạo năm 2009; (2) phân tích kinh tế chuỗi; (3) phân tích hậu cần chuỗi; (4) phân tích rủi ro và quản lý rủi ro chuỗi cung ứng lúa gạo; (5) phân tích SWOT toàn ngành

hàng và (6) phân tích các chính sách có liên quan đến sản xuất và tiêu thụ lúa gạo. Từ đó, để nâng cấp tốt chuỗi giá trị lúa gạo cần kết hợp xem xét các chiến lược như: chiến lược cắt giảm chi phí toàn chuỗi; nâng cao chất lượng; đầu tư công nghệ cùng với cải tiến và phát triển chính sách vĩ mô có liên quan.

*a) Chiến lược cắt giảm chi phí*

**Khâu sản xuất:**

Trước hết chi phí sản xuất lúa có thể cắt giảm thông qua việc nông dân cần hợp tác và hợp đồng với các nhà cung ứng đầu vào để mua với sản lượng lớn và chất lượng cao có chiết khấu trên doanh số mua (ít nhất là 5%) cũng như giảm được chi phí lưu thông, ngoài ra còn hưởng được các chính sách ưu đãi của nhà cung cấp đầu vào về việc trả dần và gói đầu sau



một vụ sản xuất. Thứ hai, tăng cường và quản lý tốt các chương trình về kỹ thuật sản xuất: Ứng dụng rộng rãi chương trình “3 giảm, 3 tăng” và chương trình “1 phải 5 giảm”. Các chương trình này giảm đáng kể lượng đầu vào cho sản xuất trên 1 ha gieo trồng cả về giống cũng như vật tư. Cuối cùng là hợp đồng bán sản phẩm đầu ra nhằm giảm chi phí lưu thông và chi phí giao dịch, tăng giá bán.

#### **Khâu lưu thông:**

Cần tăng cường và phát triển liên kết dọc giữa công ty và người sản xuất nhằm rút ngắn kênh thị trường chuỗi, giảm tác nhân trung gian và chi phí trung gian (kể cả giảm chi phí đầu vào và chi phí tăng thêm). Ngoài ra, giảm chi phí lưu thông và tiếp thị bằng cách tăng cường các liên kết ngang giữa những nhà sản xuất qui mô nhỏ với nhau, sản xuất tập trung qui mô lớn, giá thành cạnh tranh. Rất cần thiết để xem xét đầu tư nâng cấp cảng Cần Thơ, nạo vét lòng sông để mở rộng cảng đáp ứng việc mở rộng xuất khẩu trực tiếp các mặt hàng chủ lực của ĐBSCL như tôm, cá, trái cây và lúa gạo trực tiếp tại cảng Cần Thơ. Điều này sẽ giảm được chi phí lưu thông rất lớn.

#### **b) Chiến lược nâng cao chất lượng**

Qua nghiên cứu người tiêu dùng nội địa cho thấy hầu hết mỗi tỉnh đều sử dụng giống địa phương và các giống này phục vụ nhu cầu tiêu dùng của tỉnh. Đối với các tỉnh thiếu hụt lúa gạo thì mua lúa gạo từ ĐBSCL tập trung vào các loại gạo như Tài Nguyên, Đài Loan, Móng Chim và Thái Thơm. Vì vậy, chất lượng lúa gạo cần được tập trung nâng cấp ở các khâu chính như sau:

- Qui hoạch và nâng cao các chương trình giống quốc gia để phục vụ mục tiêu xuất khẩu thông qua nghiên cứu nhu cầu tiêu dùng các thị trường xuất khẩu và qua dự báo cầu về tiêu dùng gạo.

- Phát triển chương trình giống địa phương phục vụ nhu cầu tiêu dùng nội địa qua nghiên cứu thị hiếu và cơ cấu tiêu dùng nội địa để sản xuất cho phù hợp.

- Ứng dụng các chương trình chất lượng quốc gia và quốc tế trong toàn chuỗi như VietGAP hoặc GlobalGAP.

Tóm lại, cần nghiên cứu cho ra hai bộ giống lúa: Một bộ giống cho xuất khẩu được quản lý cấp vĩ mô và một bộ giống dành cho tiêu thụ nội địa được quản lý bởi địa phương. Các vấn đề khác liên quan đến

chất lượng lúa gạo cần kết hợp với chiến lược đầu tư công nghệ được trình bày dưới đây.

#### **c) Chiến lược đầu tư công nghệ**

Hiện tại trong sản xuất lúa ở ĐBSCL tỷ lệ nông dân sử dụng công nghệ sau thu hoạch còn chưa cao (chưa đến 20% diện tích gieo trồng được thu hoạch bằng máy móc) do bờ vùng, bờ thửa và mặt bằng ruộng chưa bảo đảm thu hoạch bằng máy móc. Ngoài ra, việc mua máy gặt đập liên hợp chất lượng cao còn rất tốn kém. Tuy nhiên, để quản lý hiệu quả chuỗi cung ứng, giảm thất thoát sau thu hoạch và nâng cao chất lượng lúa gạo thì việc sử dụng công nghệ sau thu hoạch là rất cần thiết và quan trọng, bao gồm:

- Tăng cường công nghệ sau thu hoạch: gồm máy gặt đập liên hợp, máy sấy (hiện tại chỉ có 22,5% sản lượng lúa được sấy bằng máy sấy), công nghệ trữ lúa gạo đảm bảo chất lượng theo xu hướng hợp tác liên kết dọc và ngang, là cơ sở để cùng sản xuất, cùng sử dụng công nghệ, giảm chi phí, giảm thất thoát và giữ chất lượng.

- Đầu tư công nghệ xay xát chế biến ở địa phương: Cần phát triển các mô hình liên kết dọc bao tiêu sản phẩm bằng cách đầu tư các nhà máy liên hợp ở địa phương để thu mua lúa, sấy lúa, chế biến, dự trữ và xuất khẩu, điều này sẽ góp phần đẩy mạnh liên kết ngang và giảm thất thoát sau thu hoạch, nâng cao chất lượng lúa gạo.

- Xây dựng kho (silo) dự trữ lúa gạo qui mô lớn cấp quốc gia, vùng (các điều kiện dự trữ phải bảo đảm tuyệt đối) nhằm giữ giá trị lúa gạo (bán khi nên bán), đảo bảm chất lượng, bảo đảm an ninh lương thực quốc gia, bình ổn giá, đáp ứng nhu cầu xuất khẩu và tiêu dùng nội địa.

#### **V. KẾT LUẬN**

Hoạt động chuỗi giá trị lúa gạo ở ĐBSCL còn qua rất nhiều khâu trung gian, cụ thể bao gồm: khâu đầu vào (giống, phân bón, thuốc trừ sâu, bệnh...), khâu sản xuất (nông dân, câu lạc bộ nông dân,...), khâu thu gom (thương lái/hàng xáo), khâu chế biến (nhà máy xay xát, lau bóng và công ty), khâu thương mại (công ty, bán sỉ/lẻ) và tiêu dùng (nội địa và xuất khẩu).

Giá trị gia tăng của toàn ngành hàng thấp và phải phân phối cho nhiều tác nhân tham gia chuỗi (bao gồm cả chuỗi giá trị lúa gạo tiêu thụ nội địa và chuỗi giá trị lúa gạo xuất khẩu). Đặc biệt đối với chuỗi giá



trị lúa gạo xuất khẩu, tính toán kinh kế chuỗi mới chỉ dừng lại ở công ty xuất khẩu lúa gạo của Việt Nam, còn ít nhất 3 tác nhân nữa chia sẻ giá trị gia tăng của chuỗi này mà chúng ta không thể tính toán được đó là công ty nhập khẩu, bán sỉ và bán lẻ ở nước ngoài. Khâu thương mại thuộc 3 tác nhân này chiếm tỷ trọng giá trị gia tăng thuần rất lớn trong chuỗi giá trị. Theo cách tính kinh tế chuỗi giá trị lúa gạo nội địa thì 3 tác nhân này chiếm 61,3% tổng giá trị gia tăng thuần trên 1 kg gạo được bán. Như vậy, đối với chuỗi giá trị lúa gạo xuất khẩu thì tỷ lệ này còn cao hơn nhiều.

Để ngành hàng lúa gạo phát triển bền vững trong tương lai cần có nhiều chiến lược kết hợp như (1) chiến lược cắt giảm chi phí toàn chuỗi để tạo ra giá thành cạnh tranh; (2) chiến lược nâng cao chất lượng để có được sản phẩm cạnh tranh cao trên thị trường; (3) chiến lược đầu tư công nghệ nhằm giảm thất thoát, phát triển liên kết dọc giữa nông dân và công ty để giảm chi phí lưu thông, nâng cao chất lượng; (4) phát triển và cải tiến chính sách nhằm hỗ trợ tốt hơn và hiệu quả hơn chuỗi ngành hàng.

#### **TÀI LIỆU THAM KHẢO**

1. DARDs, 2009. Báo cáo tổng kết của 13 Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn vùng đồng bằng sông Cửu Long năm 2009.

2. Eschborn, 2007. GTZ-ValueLinks – Value chain promotion methods.

3. GSO, 2009. Niên giám Thống kê của Tổng cục Thống kê Việt Nam năm 2009.

4. Kaplinsky, R., and M. Morris, 2000. A Handbook for Value Chain Research. The Institute of Development Studies.  
[Http://www.ids.ac.uk/ids/global/pdfs/VchNov01.pdf](http://www.ids.ac.uk/ids/global/pdfs/VchNov01.pdf)

5. M4P, 2007. Making value chains work better for the poor – A toolbook for practitioners of Value chain analysis.

6. MDI, 2010. Số liệu điều tra toàn chuỗi ngành hàng lúa gạo ở ĐBSCL năm 2010. Viện Nghiên cứu Phát triển ĐBSCL, Trường Đại học Cần Thơ.

7. Nguyễn Công Thành và ctv, 2010. *Đánh giá và phát triển sản xuất, xuất khẩu lúa gạo và tập huấn nâng cao nhận thức cho các thành viên trong hoạt động này*. Báo cáo nghiên cứu khoa học đề tài cấp tỉnh Hậu Giang. Viện Lúa đồng bằng sông Cửu Long 2010.

8. Recklies, D., 2001. *The value chain*, available:

<http://themanager.org/models/ValueChain.htm>.

9. VASEP, 2009. Số liệu thống kê xuất khẩu gạo qua nhiều năm ([www.vasep.com.vn](http://www.vasep.com.vn)).

### **RICE VALUE CHAINS ANALYSIS IN THE MEKONG DELTA in 2009**

**Vo Thi Thanh Loc, Nguyen Phu Son**

#### **Summary**

“Value chain analysis of rice product in the Mekong delta in 2009” based on an integrated approach of Kaplinsky and Morris (2000), Recklies (2001), GTZ ValueLinks (2007) and M4P (2007) along with direct interviews of 549 individual chain actors and 10 groups in the four research provinces. Research results consist of (1) Analysis of present rice value chain including domestic rice value chain and export rice value chain; (2) Chain economic analysis includes production cost, cost-added, value added, net value added (profit), chain income of each actor and the entire chain; (3) Analysis of risks, management and policy issues of the rice chain; (4) SWOT analysis focuses on strengths, weaknesses, opportunities and threats as well as examines rice chain quality problems. Finally, chain upgrading strategies of rice product are developed to improve chain value added, profit, income, competitive advantage and rice chain sustainable development in the Mekong delta particularly and in Vietnam generally.

**Keyword:** Actor, added value, rice and value chain.

**Người phản biện:** GS.TS. Trần Đình Đăng