

CHUỖI GIÁ TRỊ CÁ TRA (*Pangasianodon hypophthalmus*) Ở ĐỒNG BẰNG SÔNG CỬU LONG

Lê Xuân Sinh¹

TÓM TẮT

Từ tháng 07/2010 tới tháng 02/2011 nghiên cứu này được tiến hành nhằm mô tả chuỗi và phân tích mối quan hệ giữa các tác nhân tham gia chuỗi giá trị cá tra ở đồng bằng sông Cửu Long. Số liệu sơ cấp được khảo sát từ 4 tỉnh, thành: Đồng Tháp, Cần Thơ, Bến Tre và Sóc Trăng. Kết quả nghiên cứu cho thấy, có 6 kênh phân phối cá tra nhưng 2 kênh quan trọng nhất là: (1) Người nuôi cá tra - Nhà máy chế biến - Xuất khẩu (98,9% sản lượng); và (2) Người nuôi cá tra - Thương lái/Vựa thu mua - Người bán lẻ - Người tiêu dùng nội địa (1,1% sản lượng). Người nuôi thu được sản lượng cá tra bình quân 1.011,2 tấn/năm; một thương lái/vựa kinh doanh bình quân 823,9 tấn cá tra/năm, một người bán lẻ mua bán được 9,8 tấn/năm và mỗi nhà máy chế biến có sản lượng chế biến bình quân 14.454,3 tấn/năm. Người nuôi cá tra (và người bán lẻ, kênh 2) đóng góp một tỷ lệ đáng kể trong giá trị gia tăng/kg cá tra nguyên liệu cũng như lợi nhuận/kg (giá trị gia tăng thuần), nhưng thương lái/Vựa thu mua (kênh 2) và nhà máy chế biến nhận được hầu hết tổng lợi nhuận của toàn chuỗi. Khó khăn đối với nhóm cung cấp cá giống và người nuôi cá tra là thị trường đầu ra không ổn định, riêng với người nuôi còn là bệnh trên cá tra xuất hiện nhiều và giá thức ăn tăng cao. Trong khi đó, thiếu nhân lực được đào tạo và nguồn nguyên liệu không ổn định là hai trở ngại lớn nhất của các nhà máy chế biến. Giải pháp đối với người nuôi cá tra cũng như các cơ sở sản xuất, ương giống là mong muốn rằng cần có những chính sách quản lý giá đầu ra tốt hơn để đảm bảo lợi nhuận cho người nuôi và sản xuất, ương giống và ưu đãi cho vay vốn để nuôi cá tra. Đồng thời, các nhà máy chế biến cần tăng cường liên kết đào tạo nguồn nhân lực cũng như chủ động hơn về nguồn nguyên liệu thông qua tổ chức vùng nuôi riêng và ký hợp đồng gia công hoặc tiêu thụ với người nuôi cá.

Từ khóa: Cá tra, chuỗi giá trị, tác nhân, sản lượng, giá trị gia tăng, lợi nhuận.

I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Cá tra là đối tượng chủ lực cho nghề nuôi thủy sản nước ngọt và phục vụ chế biến xuất khẩu thủy sản ở đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL) và cả nước. Trong những năm qua, nghề nuôi đã phát triển rất mạnh, đồng thời thị trường xuất khẩu các sản phẩm cá tra rất đa dạng và được mở rộng. Năm 2005 thị trường xuất khẩu thủy sản của Việt Nam là 60 quốc gia và vùng lãnh thổ (VASEP, 2006), năm 2007 và đến đầu năm 2010 thì các con số này 98 và 170, riêng cho cá tra khoảng 80 vào năm 2009 (Phan Thị Thanh Bình, 2010). Tình hình xuất khẩu cá tra trong những năm vừa qua chưa ổn định và có sự cạnh tranh nội bộ theo xu hướng xấu. Theo Võ Hùng Dũng (2010), chiến lược cạnh tranh hạ giá bán của các công ty xuất khẩu đã chuyển lợi thế tài nguyên ra bên ngoài cho quốc gia nhập khẩu thụ hưởng. Trong mấy năm vừa qua việc sản xuất và tiêu thụ cá tra ở ĐBSCL gặp nhiều khó khăn làm ảnh hưởng tới hiệu quả của nghề nuôi và sự phát triển của ngành hàng này. Trung tâm Tin học và Thống kê (Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, 2009) cho biết sản lượng cá tra cả năm 2009 thu hoạch ước đạt 1.006

nghìn tấn, giảm khoảng 200 nghìn tấn so với năm 2008. Kim ngạch xuất khẩu cá tra trong năm 2009 ước đạt 1,23 tỷ USD, giảm khoảng 200 triệu USD và số hộ nuôi cá tra trong 2009-2010 giảm khoảng 30-40% so với năm 2008 (VASEP, 2010). Võ Thị Thanh Lộc (2009) cho rằng cạnh tranh nội bộ của ngành hàng cá tra còn cao cũng như chưa có sự liên kết giữa các tác nhân trong chuỗi, việc phân phối lợi ích và đóng góp chi phí của từng tác nhân tham gia trong chuỗi giá trị cá tra chưa được hợp lý để giúp phát triển ngành hàng cá tra bền vững. Để thực hiện được mục tiêu 1,650 và 1,850 triệu tấn cá tra vào năm 2015 và 2020 như quy hoạch nghề nuôi đã được phê duyệt năm 2009 thì còn rất nhiều vấn đề phải giải quyết, nhất là công tác quy hoạch vùng nuôi và tiêu thụ sản phẩm. Mục tiêu của nghiên cứu này là mô tả được thực trạng và phân tích được sự phân phối lợi ích-chi phí của các nhóm tác nhân trong chuỗi, từ đó đề xuất một số giải pháp phát triển bền vững toàn chuỗi giá trị cá tra ở ĐBSCL.

II. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Thu thập qua các tài liệu có liên quan đã được xuất bản trong và ngoài nước, báo cáo tổng kết của các cơ quan cấp tỉnh và huyện thuộc địa bàn nghiên cứu, các trang web chuyên ngành có liên quan.

¹ Bộ môn Quản lý & Kinh tế Nghề cá - Khoa Thủy sản - Đại học Cần Thơ

Tổng quan sát mẫu là 212, bao gồm các nhóm tác nhân sau: 38 trại sản xuất và ương giống (12 trại sản xuất và 26 trại ương giống), 30 đại lý thuốc thức ăn cá tra, 90 cơ sở nuôi cá tra thương phẩm, 22 thương lái/vựa mua bán cá tra nguyên liệu, 5 nhà máy chế biến thủy sản xuất khẩu cá tra, 27 cán bộ quản lý ngành và trường, viện có liên quan tới sản xuất và tiêu thụ cá tra ở Đồng Tháp, Tp. Cần Thơ, Sóc Trăng và Bến Tre và Tp. Hồ Chí Minh.

Các tác nhân phỏng vấn được thực hiện bằng cách sử dụng biểu mẫu được soạn sẵn sau khi được phỏng vấn thử và hiệu chỉnh. Người nuôi cá được chọn để phỏng vấn bằng phương pháp ngẫu nhiên phân tầng từ cấp tỉnh tới huyện và xã.

Số liệu sau khi thu thập được kiểm tra và mã hoá trước khi được nhập vào máy tính. Sử dụng phần mềm SPSS for Windows để nhập và phân tích số liệu. Phương pháp thống kê mô tả dùng để mô tả các chỉ tiêu nghiên cứu và các nhóm tác nhân theo từng chuỗi giá trị của đối tượng loài được nghiên cứu. Các giá trị như tần suất, %, số trung bình, độ lệch chuẩn và trung vị (median) được sử dụng.

Quy ước chung về tính tỷ lệ phân phối lượng sản phẩm trong sơ đồ chuỗi giá trị: Số lượng thành phẩm đều được qui đổi về nguyên liệu khi tính toán; lượng sản phẩm đầu ra của tác nhân này là đầu vào của tác nhân tiếp theo; tổng số lượng sản phẩm đầu vào của tác nhân đầu tiên phải là 100% và đầu ra của các tác nhân cuối cùng cũng phải là 100% (định luật bảo toàn khối lượng). Số lượng đầu vào và đầu ra của mỗi tác nhân phải bằng nhau; sự chuyển đổi sản phẩm của các tác nhân cùng cấp không được tính toán trong sơ đồ chuỗi giá trị.

Phương pháp tính các chỉ tiêu lợi ích-chi phí của các nhóm tác nhân: Giá trị gia tăng (GTGT) được tính bằng cách lấy giá bán trừ đi giá mua nhưng chưa trừ đi các chi phí tăng thêm của mỗi tác nhân (cost-added); giá trị gia tăng thuần (hay lợi nhuận) được tính bằng cách lấy giá trị gia tăng trừ đi các chi phí tăng thêm; chi phí tăng thêm đối với người nuôi cá tra thương phẩm thì không thể tách rời trong tổng chi phí, vì vậy tổng chi phí của người nuôi bao gồm chi phí mua cá giống và các chi phí khác để sản xuất ra cá tra nguyên liệu. Đối với các tác nhân khác (chủ vựa, người bán lẻ, công ty chế biến) có chi phí tăng thêm như chi phí vận chuyển, thuê nhân công hoặc phương tiện vận chuyển/bảo quản.

Các chỉ tiêu tính toán: Được qui đổi ra trên một kg cá tra nguyên liệu trên tất cả tác nhân trong chuỗi.

Tổng lợi nhuận của một tác nhân trong năm: Được tính bằng cách lấy GTGT thuần nhân với sản lượng cá hoặc tôm mua bán bình quân của mỗi tác nhân trong năm.

III. KẾT QUẢ THẢO LUẬN

1. Mô tả các tác nhân tham gia trong chuỗi giá trị cá tra

Trại sản xuất giống (cá bột) và cơ sở ương cá giống

Trại SXG với công suất trung bình là 25,4 triệu bột/năm ($\pm 16,8$) với số đợt SXG trung bình là 29,9 đợt/năm ($\pm 15,2$). Các cơ sở ương giống có diện tích ao ương trung bình là 9.173,8 m² ($\pm 12.864,7$) với số đợt ương giống là 5,1 đợt/năm ($\pm 3,2$) và thời gian ương giống là 82,9 ngày/đợt ($\pm 46,0$). Cá bột do các trại giống sản xuất ra được bán nhiều qua thương lái (51,7%). Nguồn cá bột hầu hết được các hộ ương giống mua từ trại SXG (83,7%). Số lượng cá giống sau ương của các hộ ương được bán hầu hết cho thương lái (82,3%) và phần còn lại được bán trực tiếp cho người nuôi cá tra thương phẩm (17,7%).

Tổng chi phí sản xuất của trại SXG cá tra là 24,9 triệu đồng/m³/đợt ($\pm 21,6$). Chi phí biến đổi của trại SXG trung bình là 22,8 triệu đồng/m³/đợt ($\pm 20,9$), trong đó quan trọng nhất là (1) chi phí cho cá bố mẹ (28,0%); (2) thuốc hoá chất hoặc hoóc môn (23,8%); (3) chi phí bao bì và oxy (11,2%). Thu nhập bình quân của trại SXG là 38,3 triệu đồng/m³/đợt ($\pm 36,2$), mang lại lợi nhuận 13,4 triệu đồng/m³/đợt ($\pm 39,7$). Giá thành trung bình của cá bột trong trại SXG là 0,6 đồng/bột ($\pm 0,4$) và lợi nhuận đạt 0,1 đồng/bột ($\pm 0,4$) với 75% số trại SXG có lời.

Các cơ sở ương cá giống có tổng chi phí của trung bình là 2.363,4 triệu đồng/ha/đợt ($\pm 4.092,8$). Chi phí biến đổi trung bình của các hộ ương giống là 2.361,7 triệu đồng/ha/đợt ($\pm 4.093,1$), trong đó các khoản chi quan trọng nhất gồm: (1) mua và vận chuyển cá bột (92,8%); và (2) mua thức ăn (5,5%). Thu nhập trung bình của các cơ sở ương giống là 357,1 triệu đồng/ha/đợt ($\pm 479,4$) và thu được lợi nhuận 183,2 triệu đồng/ha/đợt (0,397,3). Giá thành cá giống của cơ sở ương trung bình là 253,6 đồng/con giống ($\pm 206,6$) và đạt lợi nhuận 75,9 đồng/cá giống ($\pm 210,0$) với 76,9% số cơ sở ương giống có lời.

Khó khăn nhất trong cung cấp cá bột/giống là khâu tiêu thụ đầu ra gặp nhiều trục trặc (83,3% trại SXG và 96,8% số người ương cá giống).

Cơ sở kinh doanh thức ăn và thuốc thủy sản

Các cơ sở kinh doanh thuốc và thức ăn thủy sản có kinh nghiệm kinh doanh thuốc cao hơn so với kinh doanh thức ăn (10,2 năm so với 9,5 năm). Nguồn tiêu thụ của các cơ sở tập trung cung cấp cho người nuôi (71,4% đối với thức ăn và 62,7% đối với thuốc). Toàn bộ đại lý cấp 2 chỉ lấy hàng hoặc tiêu thụ hàng từ một nguồn duy nhất (lấy hàng từ đại lý cấp 1) và bán lại cho người nuôi cá/chăn nuôi.

Tổng sản lượng thức ăn cá tra mua bán trung bình trong năm 2009-2010 của một cơ sở là 2.402,6 tấn (khoảng 50,8% tổng lượng thức ăn các loại). Giá thức ăn bán trung bình là 10,3 ngàn đồng/kg với tỷ lệ chiết khấu và khuyến mãi 14,5%. Đối với thuốc thủy sản, trung bình tổng giá trị thuốc cá tra là 966,8 tr. đồng (chiếm 49,2% trong tổng giá trị thuốc mua bán trong năm 2009-2010). Mức chiết khấu và khuyến mãi cho thuốc của đại lý cấp 1 là 30,7% ($\pm 6,2\%$) và cấp 2 là 29,0% ($\pm 1,2\%$).

Thu nhập tiếp thị (marketing) của thức ăn đạt 3.466,2 tr. đồng/cơ sở/năm (trên 90%) và của thuốc là 317,2 tr. đồng/năm. Đối với cơ sở kinh doanh đồng thời cả thức ăn và thuốc cho cá tra thì lợi nhuận của cơ sở phần lớn là từ thức ăn (chiếm hơn 96% trong tổng lợi nhuận trước thuế).

Khó khăn cơ bản thường được các cơ sở kinh doanh thức ăn/thuốc nhắc đến đầu tiên đó là cạnh tranh ngày càng tăng trong mua bán, sau đó là: giá cả nhìn chung tăng cao, năng lực quản lý còn yếu và thiếu vốn kinh doanh.

Người nuôi cá tra thương phẩm

Kết quả khảo sát cho thấy, kinh nghiệm nuôi cá tra trung bình với mô hình nuôi hiện tại là 6,8 năm. Người nuôi cá tra được phân làm 3 qui mô diện tích nuôi gồm: qui mô diện tích nuôi nhỏ (<0,3ha), trung bình (0,3-1,0ha) và lớn (>1ha). Diện tích nuôi cá tra trung bình chung là 3,1ha/cơ sở, nhóm qui mô nhỏ là 0,2ha, qui mô vừa 0,7ha và qui mô lớn 5,1ha. Độ sâu mức nước bình quân trong ao nuôi cá tra là 4,0m. Mật độ thả giống trung bình là 41,8 con/m², qui mô nhỏ có mật độ trung bình là 52,2con/m² cao hơn so với qui mô trung bình (39,2 con/m²) và qui mô lớn (41,0 con/m²). Nguồn cá giống thả nuôi được mua từ các cơ sở ương giống chiếm tỷ lệ 39,7%, mua từ các trại sản xuất giống 30,2% ($\pm 47,6$) và từ các thương lái

cá giống 47,9%. Thức ăn viên được 72,2% số người nuôi sử dụng, số chỉ cho ăn bằng thức ăn tự chế là 17,8% và 10% sử dụng kết hợp cả hai loại. Hệ số tiêu tốn thức ăn (FCR) viên trung bình là 1,62, nếu chỉ sử dụng thức ăn tự chế là 2,63 và nếu sử dụng cả hai loại thức ăn là 2,19. Thời gian nuôi bình quân khoảng 7,3 tháng/vụ và được cho là kéo dài hơn so với vài năm trước khoảng 0,5-1,0 tháng/vụ. Năng suất bình quân 275,7 tấn/ha/vụ, với nhóm qui mô nhỏ là 290,6 tấn/ha/vụ, qui mô trung bình 252,4 tấn/ha/vụ và qui mô lớn đạt 285,2 tấn/ha/vụ.

Tổng chi phí nuôi cá tra (TC) trung bình là 4.380,8 triệu đồng/ha/vụ, nuôi qui mô nhỏ tốn chi phí nhất (4.815,6 triệu đồng/ha/vụ) và qui mô trung bình có chi phí thấp nhất (4.006,5 triệu đồng/ha/vụ). Chi phí biến đổi (TVC) trung bình là 4.346,5 triệu đồng/ha/vụ, trong đó chi phí thức ăn chiếm tới 87,1%, kể đến là chi mua cá giống (6,7%) và thuốc/hoá chất phòng và trị bệnh (2,8%). Giá thành nuôi 1kg cá tra là 16,1 ngàn đồng, cao nhất là với nhóm qui mô nuôi nhỏ (16,6 ngàn đồng/kg).

Thu nhập trung bình từ nuôi cá tra là 4.448,5 triệu đồng/ha/vụ, nuôi qui mô nhỏ có thu nhập khá cao (4.679,6 triệu đồng/ha/vụ) và qui mô trung bình có thu nhập thấp nhất (4.043,7 triệu đồng/ha/vụ). Nuôi cá tra mang lại lợi nhuận trung bình là 67,7 triệu đồng/ha/vụ, nhóm qui mô nhỏ có lợi nhuận thấp nhất (-136,0 triệu đồng/ha/vụ), kể đến là qui mô trung bình (37,2 triệu đồng/ha/vụ) và nuôi qui mô lớn có lợi nhuận bình quân cao nhất (128,3 triệu đồng/ha/vụ).

Lợi nhuận trung bình của người nuôi cá tra là 500 đồng/kg, nhóm qui mô nuôi nhỏ bị lỗ trung bình 6.000 đồng/kg, nhóm nuôi qui mô trung bình cũng bị thua lỗ bình quân 3.000 đồng/kg, nhưng lợi nhuận bình quân cao nhất khi nuôi qui mô lớn (2.000 đồng/kg). Có 58,9% số người nuôi cá tra có lời và 41,1% số người nuôi bị lỗ, tỷ lệ lỗ đã tăng hơn gấp 3 lần so với hơn 2 năm trước đó (Sinh & Hien, 2009). Nhóm qui mô nuôi nhỏ có 72,7% bị thua lỗ trong khi chỉ có 35-37% của nhóm qui mô vừa và qui mô lớn bị lỗ.

Khó khăn lớn nhất của các hộ nuôi cá tra là giá đầu ra không ổn định (50,0%), kể đến là thiếu vốn sản xuất và ngân hàng không cho vay vốn (27,8%), bệnh trên cá xuất hiện nhiều hơn (20,0%) và giá thức ăn tăng cao (14,5%). Người nuôi đề xuất giải pháp là: cải thiện chính sách cho vay vốn nuôi cá tra (26,5%), cần có chính sách giúp bình ổn giá đầu ra (31,2%).

Thương lái/vựa mua bán cá tra thương phẩm

Các thương lái/vựa mua bán cá tra có kinh nghiệm là 7,8 năm. Sản lượng mua vào trung bình hàng năm của thương lái/vựa là 823,9 tấn/năm, nhóm bán lẻ ở chợ là 9,8 tấn/năm. Tỷ lệ hao hụt trung bình khi mua vào bán ra của nhóm thương lái/vựa cá tra là 5,8%. Thương lái/vựa thu mua cá tra nguyên liệu chủ yếu là trực tiếp từ người nuôi và bán lại cho người bán lẻ (82,1%). Nguồn tiêu thụ của nhóm bán lẻ ở chợ là người tiêu dùng 89,9% sản lượng) và nhà hàng/siêu thị/quán ăn (10,1%). Giá thu mua của thương lái/vựa trung bình 16,0 ngàn đồng/kg và bán ra với giá 17,9 ngàn đồng/kg. Giá mua vào và bán ra của nhóm bán lẻ cao hơn nhóm vựa khoảng 2 ngàn đồng/kg (17,9 ngàn đồng/kg và 20,5 ngàn đồng/kg).

Nhóm thương lái/vựa cá tra chi trả tiền thuế mướn mặt bằng tới 84,5% tổng chi phí cố định và chi mua cá tra nguyên liệu chiếm 95,9% tổng chi phí biến đổi. Nhóm này có giá trị gia tăng trung bình 1.900 đồng/kg và thu lợi nhuận 100 đồng/kg cá tra nguyên liệu. Ngược lại, nhóm bán lẻ ở chợ phải bỏ ra chi phí tăng thêm nhiều hơn nhưng thu được lợi nhuận thấp hơn (2.150 đồng/kg và 450 đồng/kg).

Có 60% thương lái cá tra nhận định là ngành hàng cá tra trong thời gian tới đi vào mức ổn định và không phát triển hơn nữa. Những đề xuất chủ yếu của nhóm này là nhà nước giúp đưa ra và quản lý mức giá sàn hợp lý đối với cá tra nguyên liệu.

Nhà máy chế biến xuất khẩu

Trong 5 doanh nghiệp được phỏng vấn, trong đó có 4 doanh nghiệp chuyên chế biến cá tra và 1 doanh nghiệp khác có chế biến cả hai đối tượng (cá tra và tôm sú). Nguyên liệu bình quân sản xuất là hơn 40.472 tấn/năm. Nguồn nguyên liệu chủ yếu nhất là khu nuôi của công ty 49,7%, kế đến là người nuôi theo hợp đồng 29,2%; người nuôi không hợp đồng 16,6% và công ty hoặc NMCB khác 4,6%. Hệ số chế biến khá đồng đều, khoảng 2,8 (dao động từ 2,8 đến 3,0). Sản lượng thành phẩm bình quân một doanh nghiệp là 16.757,4 tấn. Sản phẩm chế biến xuất khẩu là chủ yếu 93,2%, chỉ có 6,8% tiêu thụ nội địa. Thị trường xuất khẩu cá tra chủ yếu là EU 66,2%, Mỹ 20,5% và các thị trường còn lại 13,3%.

Chi phí tăng thêm bình quân của các NMCBTS là 2.340 ngàn đồng/kg cá nguyên liệu, trong đó cao nhất là tiền nhân công 31,4%, kế đó lần lượt là khấu hao 23,9%; sửa chữa, vận chuyển, tồn trữ, bảo quản

17,6%, lãi vay 5,5%; thuế, thuê tài sản và bảo hiểm 0,6%. Thu nhập và lợi nhuận tăng thêm trung bình tương ứng đạt 3.470 đồng và 1.130 đồng/kg nguyên liệu.

Khó khăn chung của nhóm này là thiếu nhân lực có kỹ thuật và khả năng quản lý, cạnh tranh thiếu lành mạnh (giữa các doanh nghiệp trong nước), không công bằng (với các doanh nghiệp ở nước nhập khẩu). Nguồn nguyên liệu không ổn định (khủng hoảng thừa, thiếu và chất lượng chưa đồng đều) cũng thường xuyên được nhắc tới. Giải pháp chung mà họ đưa ra cũng khá nhiều, như: tăng cường đào tạo nhân lực, doanh nghiệp đầu tư tăng diện tích khu nuôi và ký thêm hợp đồng với người nuôi cá để chủ động hơn về nguyên liệu. Tuy nhiên, tranh bán, tranh mua là điều khó giải quyết nếu thiếu sự góp sức của công tác quản lý nhà nước.

Cán bộ quản lý và trường, viện

Nhóm cán bộ trường/viện cho rằng số lượng trại giống và số lượng giống đáp ứng từ đủ đến dư thừa so với nhu cầu của người nuôi, trong khi 50% cán bộ quản lý ngành cho rằng vẫn còn thiếu. Chất lượng giống chỉ đạt mức trung bình, chiếm 72% do chưa kiểm soát được nguồn giống. Số cơ sở sản xuất và kinh doanh thức ăn, số lượng thức ăn được xem là đáp ứng đủ và dư so với nhu cầu người nuôi. Nhưng chất lượng thức ăn bị 23,8% cán bộ địa phương đánh giá ở mức chưa đạt/xấu, trong khi không có ý kiến đánh giá xấu từ phía trường/viện. Mức độ sử dụng thức ăn công nghiệp của các cơ sở nuôi cá tra tăng thêm (83,3% trường/viện và 33,3% hiệp hội và ban, ngành). Nhóm trường, viện đánh giá là số cơ sở NMCBTS dư thừa nhưng tổng công suất chế biến theo thiết kế vẫn còn thiếu. Về quản lý chất lượng cá, có 75% cán bộ trường, viện cho là tốt trong khi ban, ngành chỉ có 20% cán bộ đồng ý. Có 13/27 cán bộ dự đoán xu hướng phát triển của cá tra trong thời gian tới sẽ giảm do thị trường xuất khẩu không ổn định.

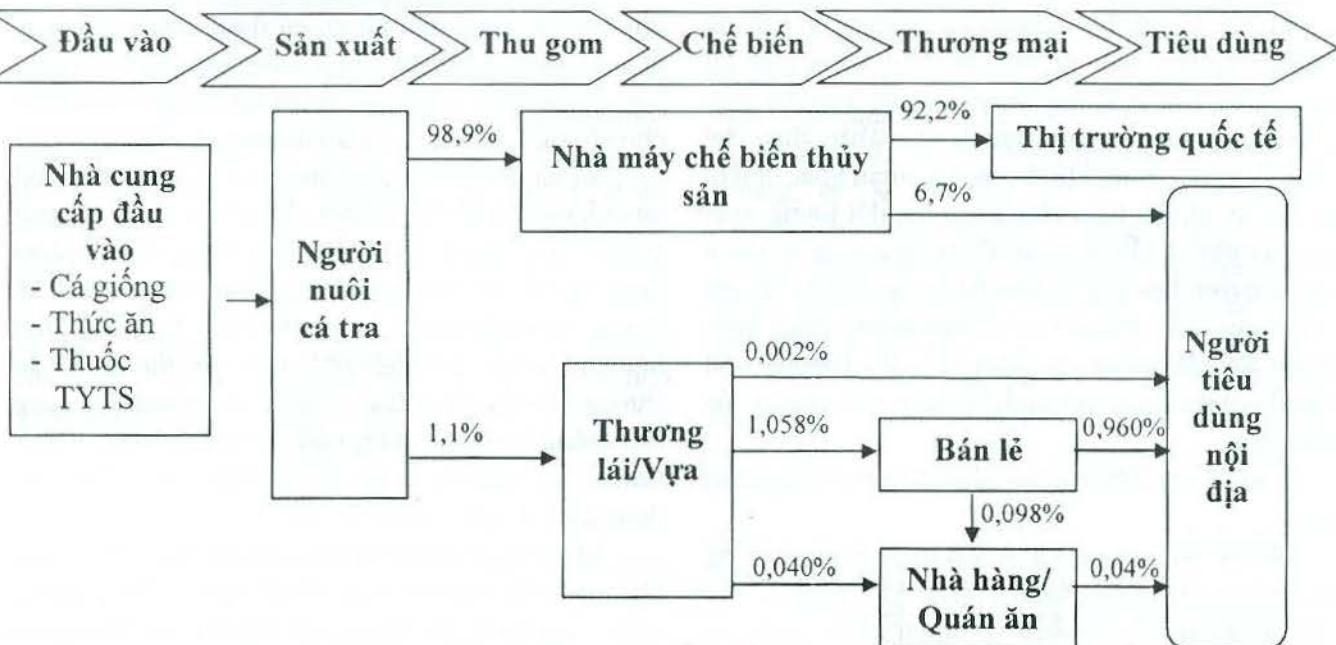
2. Sơ đồ kênh phân phối sản lượng cá tra

Các chủ thể chính tham gia trong chuỗi giá trị cá tra ở ĐBSCL gồm có: (1) người cung cấp cá tra giống, thức ăn, thuốc; (2) người nuôi cá tra; (3) thương lái cá tra thương phẩm/ Người bán si/vựa; (4) công ty chế biến/NMCBXXK; (5) người bán lẻ; và (6) người tiêu dùng. Có 2 kênh thị trường chính trong tiêu thụ cá tra thương phẩm/nguyên liệu. Phân tích kinh tế chuỗi giá trị cá tra cho thấy:

Kênh 1: Người nuôi cá tra → Công ty chế biến → Xuất khẩu

Với kênh 1: Người nuôi cá tra góp phần vào 13,9% giá trị gia tăng của 3.600 đồng/kg và thu được 39,7% giá trị gia tăng thuần của 1.260 đồng/kg cá tra nguyên liệu. NMCBTS chia xẻ hầu hết giá trị gia tăng (86,1%) và được hưởng 60,3% giá trị gia tăng

thuần (lợi nhuận) của 1.260 đồng/kg. Tuy vậy, 96,8% tổng lợi nhuận thuần của toàn chuỗi thuộc về NMCBXXK, người nuôi chỉ được hưởng 3,2%. Điều này cho thấy, sản xuất nhỏ lẻ với sản lượng ít thì trung bình mỗi người nuôi cá tra hiện nay có mức lợi nhuận/kg nguyên liệu là rất thấp trong toàn chuỗi.



Hình 1. Sơ đồ chuỗi giá trị cá tra ở đồng bằng sông Cửu Long (2009-2010)

Kênh 2: Người nuôi cá tra → Thương lái/Vựa → Người bán lẻ → Người tiêu dùng

Với kênh 2: Trong giá trị gia tăng 5.000 đ/kg cá tra thương phẩm tiêu thụ dạng tươi sống trên thị trường nội địa ở ĐBSCL, người nuôi cá tra đóng góp 10,0%; thương lái/vựa chia xẻ 38,0% và người bán lẻ

góp phần 52,0%. Tỷ lệ tương ứng trong phân chia lợi nhuận 2.800 đ/kg cá tiêu thụ là 17,9%; 42,9% và 39,3%. Tuy nhiên, trong kênh này người nuôi và chủ vựa thu được nhiều hơn trong tổng lợi nhuận toàn chuỗi/tác nhân, tương ứng với các tỷ lệ là: 24,1%; 74,7% và 1,2%.

Bảng 1: Giá bán, chi phí, giá trị gia tăng, chi phí tăng thêm và lợi nhuận của các tác nhân theo các kênh phân phối chính của cá tra ở ĐBSCL

Khoản mục	Tác nhân	Hộ nuôi cá tra	Thương lái/vựa	Bán lẻ	Công ty chế biến	Tổng
Kênh 1:						
Giá bán ('000 đ/kg)		16.000			19.100	
Chi phí mua ('000 đ/kg)		15.500			16.000	
Giá trị gia tăng ('000 đ/kg)		500			3.100	3.600
Chi phí tăng thêm ('000 đ/kg)		0			2.340	
% Giá trị gia tăng		13,9			86,1	100,0
Lợi nhuận ('000 đ/kg)		500			760	1.260
% Lợi nhuận toàn chuỗi		39,7			60,3	100,0
Sản lượng/tác nhân (tấn/năm)		1.011,2			20.357,4	
Lợi nhuận/tác nhân/năm		505.600			15.471.624	15.977.224
% Lợi nhuận/tác nhân		3,2			96,8	100,0
Kênh 2:						
Giá bán		16.000	17.900	20.500		
Chi phí mua		15.500	16.000	17.900		

Giá trị gia tăng	500	1.900	2.600	5.000
Chi phí tăng thêm	0	1.800	2.150	
% Giá trị gia tăng	10,0	38,0	52,0	100,0
Lợi nhuận ('000 đ/kg)	500	100	450	1.050
% Lợi nhuận toàn chuỗi	47,6	9,5	42,9	100,0
Sản lượng/tác nhân (tấn/hộ/năm)	1.011,2	823,9	9,8	
Lợi nhuận/tác nhân (tr.đ/năm)	505.600	1.565.410	25.480	20.96.490
% Lợi nhuận/tác nhân	24,1	74,7	1,2	100,0

Võ Thị Thanh Lộc (2009) và Nguyễn Văn Sánh (2010) cũng cho thấy người nuôi cá tra ở các tỉnh An Giang, Cần Thơ và Đồng Tháp cũng như người nuôi cá thát lát cườm ở tỉnh Hậu Giang nhận được lợi nhuận/kg thấp trong khi đó các tác nhân khác chiếm hầu hết lợi nhuận toàn chuỗi của hai đối tượng nuôi này. Tuy nhiên, khi nhu cầu thị trường tăng và thiếu cá tra nguyên liệu xảy ra như từ tháng 2/2011 thì giá cá tra nguyên liệu tăng cao và người nuôi tăng được 2-3 lần lợi nhuận/kg cá. Như vậy, thị trường xuất khẩu đóng vai trò quyết định tới hiệu quả chung của toàn chuỗi.

3. Sự hỗ trợ giữa các tác nhân trong chuỗi giá trị cá tra

Các tác nhân trong chuỗi giá trị cá tra hoạt động dựa trên cơ sở liên kết, hỗ trợ nhau. Việc nhận hỗ trợ hoặc cung cấp hỗ trợ diễn ra nhiều chiều giữa các nhóm. Những nhóm này gồm: (1) chính quyền địa phương, (2) đoàn thể, hiệp hội; (3) ngân hàng; (4) quản lý ngành, khuyến ngư; (5) trại sản xuất/ ương/ vèo giống; (6) đại lý/công ty thức ăn/thuốc; (7) người nuôi cá; (8) thương lái cá thương phẩm; (9) bà con, hàng xóm; (10) nhà máy CBXKTS; và (11) trường, viện nghiên cứu có liên quan ở vùng ĐBSCL. Sự hỗ trợ trong chuỗi giá trị cá tra có thể căn cứ theo: (1) Dạng hỗ trợ (1=nhận được; 2=Cho/cung cấp); (2) Hình thức hỗ trợ (1=vốn; 2=kỹ thuật; 3=giống; 4=thông tin; 5=khác, như: an ninh, lao động, thức ăn, thuốc,...); (3) Ý nghĩa của sự hỗ trợ (1=xấu; 2=bình thường; 3=tốt).

Nhóm trại SXG cá tra: nhận được nhiều sự hỗ trợ về kỹ thuật sản xuất từ khuyến ngư (54,5%), hiệp hội (50%) và bà con họ hàng hoặc người quen là nơi cung cấp thông tin (50%). Liên kết trong nhóm SXG rất được chú trọng để cung cấp thông tin (75%), cá bố mẹ/giống tốt (25%). Tuy nhiên, 100% nhóm trại SXG cho rằng sự liên kết này là kiểu một chiều và có ý nghĩa tốt cho người nhận sự hỗ trợ.

Nhóm ương/vèo cá tra: chú trọng hơn vào những hỗ trợ về mặt thông tin từ chính quyền địa phương (76,5%) và đoàn thể, hiệp hội (72,2%). Kỹ

thuật ương giống mà nhóm có được chủ yếu thông qua tập huấn kỹ thuật của khuyến ngư (50%). Nhóm này cho biết họ cung cấp nhiều hỗ trợ kỹ thuật nhất cho những người nuôi cá tra thương phẩm (33,3%).

Nhóm đại lý thức ăn/thuốc cho nuôi cá tra: quan tâm nhiều đến những hỗ trợ nhận được từ ngân hàng (68,8%). Các đại lý thường xuyên cung cấp và nhận được sự hỗ trợ của các đại lý khác trong cùng hệ thống, thường xuyên cùng trao đổi học hỏi kinh nghiệm và kỹ thuật (58,6%), trao đổi thông tin thị trường (41,4%). Họ cũng rất tích cực trong việc cung cấp thông tin cho người nuôi là khách hàng (95%). Các hỗ trợ này được cho là rất thiết thực cho hoạt động kinh doanh của họ (80%).

Nhóm nuôi cá tra thương phẩm: Sự hỗ trợ cũng như quản lý của các cấp chính quyền địa phương ngày càng được chú trọng, nhất là thủ tục trong sản xuất cho người nuôi (68%). Việc thành lập các hiệp hội cũng như công tác khuyến ngư và quản lý ngành được đẩy mạnh nhằm tăng cường hỗ trợ kỹ thuật cho người nuôi. Các đại lý/công ty thức ăn, thuốc cũng tích cực tư vấn kỹ thuật cho người nuôi (41,7%). Hệ thống ngân hàng hiện tại không còn ưu đãi cho vay nuôi cá tra nên số hộ sử dụng vốn từ ngân hàng cho nuôi cá tra không còn nhiều.

Nhóm thương lái cá tra: Nhóm này quan trọng để có được thông tin kịp thị trường một cách tốt nhất (75%). Ngoài ra, nhóm thương lái cá tra cũng rất yên tâm vì vấn đề an ninh trong mua bán cá tra được chính quyền địa phương hỗ trợ nhiều (100%).

Các NMCBXK ở ĐBSCL: phần lớn là chế biến cá tôm sú và cá tra, không có nhiều NMCBXK chỉ chế biến cá tra. Tuy nhiên, do quy mô sản xuất lớn nên các NMCB đều cần một lượng vốn rất lớn. Việc hỗ trợ vốn vay từ các ngân hàng được các nhà máy đánh giá là rất quan trọng đối với SXKD của họ. Bên cạnh đó, việc cung cấp thông tin về thị trường xuất khẩu từ các hiệp hội, nhất là từ VASEP, là cần thiết và giúp cho doanh nghiệp có những ứng phó kịp thời trước những thay đổi của thị trường cũng như qui định ở các thị trường xuất khẩu chính của công ty.

IV. KẾT LUẬN

Có hai kênh phân phối quan trọng trong chuỗi giá trị cá tra ở ĐBSCL gồm: kênh 1 từ người nuôi đến NMCB xuất khẩu; kênh 2 từ người nuôi tới người tiêu dùng nội địa (người nuôi cá tra, thương lái/vựa, người bán lẻ và người tiêu dùng). Việc phân phối lợi nhuận chưa đồng đều giữa các tác nhân trong chuỗi. Do người nuôi sản xuất với sản lượng thấp nên tổng lợi nhuận mỗi người nuôi thu được từ chuỗi là rất thấp. Người nuôi cá tra qui mô nhỏ gặp nhiều rủi ro hơn nên dễ bị tổn thương hơn so với các tác nhân khác trong chuỗi. Thị trường xuất khẩu đóng vai trò sống còn đối với ngành hàng này. Khó khăn nhất đối với các tác nhân là đầu ra không ổn định và thiếu vốn để đầu tư tái sản xuất, trong khi thiếu và không ổn định về nguyên liệu gây ra rất nhiều khó khăn cho doanh nghiệp CBXKTS. Việc nâng cấp chuỗi không thể thiếu công tác qui hoạch và quản lý nhà nước hợp lý hơn, liên kết hiệu quả cũng như đào tạo nhân lực và cung cấp thông tin tốt hơn.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Nguyễn Phú Sơn, 2007. Nghiên cứu thị trường cá tra và basa ở ĐBSCL. *Tạp chí Khoa học - Đại học Cần Thơ*: Số 08, 2007, tr.28-37.
2. Nguyễn Văn Sánh, 2010. Chuỗi giá trị ngành hàng cá thác lác cườm Hậu Giang. *Tạp chí Nông nghiệp & Phát triển nông thôn*, số 5/2010, tr.18-24.
3. Phan Anh, 2005. Thủy sản chế biến 'chơi' ở

sân nhà để thử nghiệm. <http://vnexpress.net/GL/Kinh-doanh/2005/07/3B9E0796/> (cập nhật 30/07/2005).

4. Phan Thị Thanh Bình, 2010. Xuất khẩu thủy sản của Việt Nam sang EU: Còn nhiều tiềm năng. <http://www.vietlinh.com.vn/kctcbxnk/VLkctcbxnkShowContent.asp?ID=1862> (cập nhật ngày 06/08/2010).

5. Sinh, L. X. & L. L. Hien, 2010. Major concerns on the supply and use of striped catfish seed in the Mekong Delta of Vietnam. *Journal of Vietnam Economic Management*, Vol 5, No.3/2010, p.61-74.

6. Sinh, L. X., N. A. Tuan, T. T. Dung, D. M. Chung; N. Q. Thinh, and P. C. Thien, 2006. Assessment of information relating to the fish health management in Tra (*Pangasius hypophthalmus*) farming in An Giang province, Vietnam. Report submitted to DIFID.

6. Trung tâm Tin học và Thống kê - Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, 2009. Báo cáo thực hiện kế hoạch năm 2009 ngành nông nghiệp phát triển nông thôn.

7. VASEP, 2010. Xuất khẩu cá tra hồi phục. Bản tin thủy sản ngày 06/01/2010.

8. Võ Hùng Dũng, 2010. Câu chuyện xuất khẩu cá. *Thời báo Kinh tế Sài Gòn*, số 39/2010, tr.40-50.

9. Võ Thị Thanh Lộc, 2009. Phân phối lợi ích và chi phí trong chuỗi giá trị cá tra ở đồng bằng sông Cửu Long như thế nào. *Tạp chí Quản lý Kinh tế*. Số 26/2009, tr.32-42.

VALUE CHAIN OF P. CATFISH (*Pangasianodon hypophthalmus*) IN THE MEKONG DELTA

Le Xuan Sinh

Summary

This study was implemented from July 2010 to February 2011, aimed to describe and to analyze the relationship of actors participating in P. catfish (ca tra) industry in the Mekong Delta. Primary data was collected from 4 provinces of Dong Thap, Ben Tre, Soc Trang, and Can Tho City. It reveals that there were 6 marketing channels but the most important/popular were Channel 1: Fish farmers – Processors – Export (98.9% of total fish production); and Channel 2: Fish farmers – Wholesalers – Retailers (1.1% of total fish production). The average fish production for each farmer was 1,011.2 tones/year, and the respective numbers were 823.9 tones; 9.8 tones and 14,454.3 tones for wholesalers, retailers, and processors. Fish farmers (and retailers in channel 2) shared significant contributions to total added value and net income per kg of raw fish, but wholesalers (channel 2) and processors took away most of total net income of the whole chain. The difficulties to both fish seed suppliers and farmers were unstable market, in particular, to fish farmers were the spread; and more frequent occur of fish diseases, and increasing price of feed. In the case of processors, lack of skillful manpower and insufficient supply of raw materials were more serious. Fish farmers and fish seed suppliers looked for better policies on the management of output markets that help to ensure their profit, and the credit supply for fish farming practices. In addition, processors need to increase labor-training activities, as well as to develop their own fish farming area and contract farmers for a better supply of raw fish.

Key words: *P.catfish, value chain, chain actor, yield, cost, value added, profit.*

Người phản biện: PGS.TS. Vũ Trọng Khải