

HỆ THỐNG PHÂN PHỐI LÚA GẠO Ở THÀNH PHỐ CẦN THƠ

ThS. NGUYỄN QUỐC NGHI*

Từ những số liệu thu thập được thông qua phỏng vấn trực tiếp 165 tác nhân tham gia hệ thống phân phối lúa gạo, đồng thời sử dụng các phương pháp thống kê mô tả, phân tích lợi ích – chi phí, nghiên cứu đã phát họa hệ thống phân phối và đánh giá hiệu quả kinh tế của các tác nhân trong hệ thống phân phối lúa gạo ở thành phố Cần Thơ (TPCT). Kết quả nghiên cứu cho thấy, có 6 kênh phân phối trong hệ thống phân phối lúa gạo ở TPCT. Trong đó, người bán lẻ gạo đạt tỷ suất lợi nhuận cao nhất trong hệ thống phân phối, kế đến là thương lái, cơ sở xay xát, nông hộ sản xuất lúa và cuối cùng là công ty lương thực. Tuy nhiên, với số lượng thu mua lớn thì công ty lương thực và thương lái là hai đối tượng được hưởng lợi nhiều nhất trong hệ thống phân phối lúa gạo ở TPCT.

1. Đặt vấn đề

Hiện nay, VN vẫn là nước nông nghiệp nên Nhà nước rất quan tâm đến việc phát triển các loại nông sản – vốn là sản phẩm thế mạnh của nước ta. Đặc biệt, sản phẩm lúa gạo luôn giữ vai trò đảm bảo an ninh lương thực quốc gia, đồng thời đóng góp đáng kể vào tổng thu nhập của nền kinh tế đất nước thông qua xuất khẩu ra thị trường thế giới. Thị trường lúa gạo hiện nay diễn ra sôi nổi, cạnh tranh gay gắt hơn, vì thế Nhà nước chủ trương tạo điều kiện thuận lợi để khuyến khích ngành sản xuất lúa gạo cả nước nói chung và đặc biệt là vùng Đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL) nói riêng. Nhưng nhìn chung, sản xuất lúa gạo vẫn tồn tại những vấn đề bất cập. Điển hình, ĐBSCL là vùng sản xuất lúa trọng điểm, nhưng rất ít nông dân trở nên khá giàu nhờ vào chính những hạt lúa gạo mà họ làm ra. Những người nông dân phải gánh chịu chi phí sản xuất lúa quá cao, giá bán lúa luôn thấp hơn rất nhiều so với giá bán gạo đến tay người tiêu dùng. Vì thế, chúng ta cần phải nghiên cứu hệ thống

phân phối lúa gạo hiện nay nhằm phát hiện các vấn đề còn tồn tại từ đó đề xuất các giải pháp phát triển hệ thống phân phối nhằm đảm bảo giá trị nhận được của nông hộ ngày càng cao, đồng thời đảm bảo lượng lúa gạo lưu thông thuận lợi. TPCT là một trong những vựa lúa lớn của khu vực ĐBSCL, đồng thời với hệ thống cơ sở hạ tầng phát triển và là trung tâm phân phối hàng hóa của vùng ĐBSCL. Tuy nhiên, hệ thống phân phối lúa gạo của thành phố vẫn còn nhiều vấn đề cần phải bàn luận. Vì thế, việc thực hiện nghiên cứu hệ thống phân phối lúa gạo tại TPCT là hết sức cấp thiết nhằm phát hiện ra các vấn đề cần giải quyết, góp phần vào việc phát triển hệ thống phân phối lúa gạo ở TPCT nói riêng và khu vực ĐBSCL nói chung.

2. Phương pháp nghiên cứu

Số liệu thứ cấp được thu thập từ nhiều nguồn: Các nghiên cứu liên quan đến hệ thống phân phối lúa gạo, các báo cáo tổng kết của Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn TPCT, đặc biệt là số liệu từ Trung tâm khuyến nông khuyến ngư thành phố. Bên cạnh đó, tác giả

còn sử dụng phương pháp phân tầng kết hợp với ngẫu nhiên để tiến hành thu thập số liệu sơ cấp. Tác giả đã tiến hành khảo sát trực tiếp 165 tác nhân (94 nông hộ sản xuất lúa, 14 thương lái, 46 người bán lẻ và 13 nhà máy xay xát, 2 công ty lương thực) tham gia vào hệ thống phân phối lúa gạo ở TPCT với các phiếu khảo sát được thiết kế phù hợp với từng tác nhân.

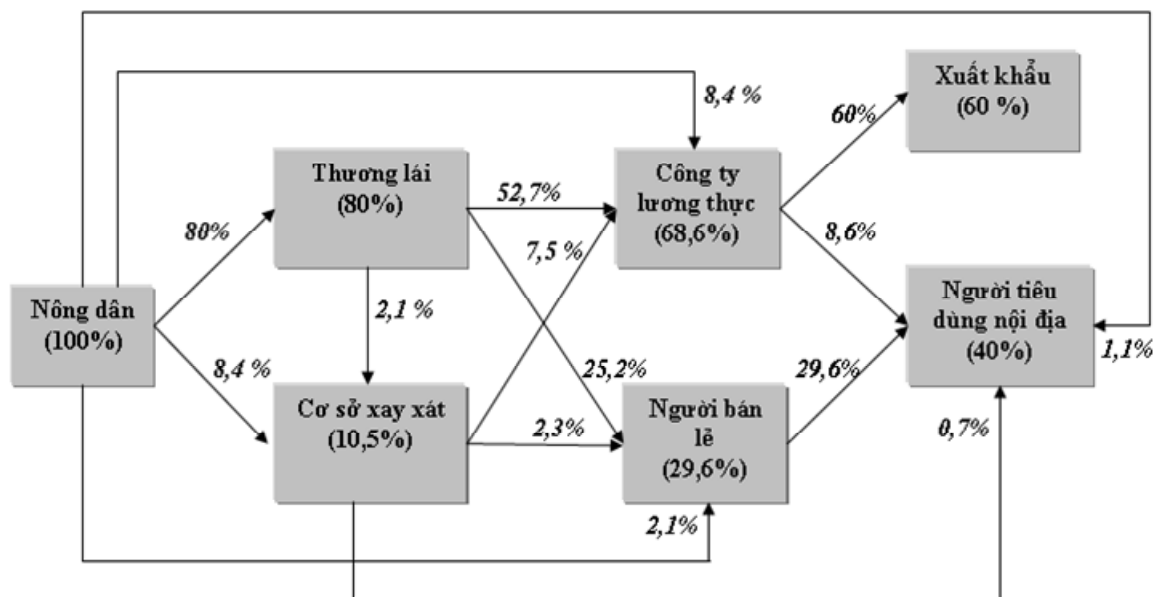
Nghiên cứu sử dụng các phương pháp thống kê mô tả với các chỉ tiêu như số trung bình, tần số, tỷ lệ để mô tả hệ thống phân phối lúa gạo. Đồng thời, phương pháp phân tích lợi ích - chi phí cũng được sử dụng để đánh giá hiệu quả kinh tế của các tác nhân tham gia trong kênh phân phối lúa gạo tại TPCT.

3. Kết quả và thảo luận

3.1 Mô tả hệ thống phân phối lúa gạo

Theo số liệu nghiên cứu, hầu hết các nông hộ sản xuất lúa đều không có đầu ra ổn định. Vì thế, sau khi nông hộ thu hoạch xong thì bán 80% sản

nhẹ và rất cơ động có thể len lỏi vào vùng sâu, vùng xa, đến từng hộ mua lúa trong điều kiện sông, kênh rạch chằng chịt, điều này các công ty lương thực khó có thể làm được, đồng thời nông hộ cũng không có phương tiện chuyên chở nên phần lớn nông hộ bán sản lượng lúa làm ra cho thương lái. Thương lái tiến hành phân loại lúa theo các tiêu chuẩn và bán 50,5% lượng lúa cho công ty lương thực, 25,2% cho người bán lẻ, một phần ít bán cho cơ sở xay xát (1,1%). Còn đối với cơ sở xay xát thì sau khi họ đã xay xát lúa thành gạo thì bán 2,3% sản lượng cho người bán lẻ và 7,5% cho công ty lương thực và 0,7 cho người tiêu dùng. Đối với người bán lẻ, họ chuyển toàn bộ gạo thu mua cho người tiêu dùng nội địa (29,6%). Đặc biệt, công ty lương thực sau khi thu mua lúa gạo từ nông dân, thương lái và cơ sở xay xát sẽ tiến hành phân loại gạo để đóng bao bì, nhãn hiệu và bán ra thị trường thông qua các siêu thị, cửa hàng đến tay người tiêu dùng nội địa (8,6%) và xuất khẩu (60%).



Hình 1. Hệ thống kênh phân phối lúa gạo tại TPCT

lượng lúa cho thương lái, 8,4% cho cơ sở xay xát, 8,4% cho công ty lương thực, 2,1% cho người bán lẻ và 1,1% cho người tiêu dùng. Thương lái có nhiều kinh nghiệm, am hiểu địa bàn, tổ chức gọn

Hình 1 cho thấy có 6 kênh phân phối lúa gạo khác nhau (mang tính đại diện), cụ thể được diễn giải trong Bảng 1.

Bảng 1. Các kênh phân phối lúa gạo tại TPCT

Kênh		Các thành phần kinh tế				
1	1A	Nông hộ	Thương lái	Cơ sở xay xát	Hộ bán lẻ	Người tiêu dùng
	1B				Công ty lương thực	
2	2A	Nông hộ	Thương lái		Hộ bán lẻ	Người tiêu dùng
	2B				Công ty lương thực	
3	3A	Nông hộ		Cơ sở xay xát	Hộ bán lẻ	Người tiêu dùng
	3B				Công ty lương thực	
4		Nông hộ		Cơ sở xay xát		Người tiêu dùng
5	5A	Nông hộ			Hộ bán lẻ	Người tiêu dùng
	5B				Công ty lương thực	
6		Nông hộ				Người tiêu dùng

Trong 6 kênh phân phối lúa gạo, có 3 kênh chủ yếu đó là: kênh 1, 2 và 3 vì những kênh này chuyển tải được khối lượng lúa gạo rất lớn. Qua đó, chúng ta thấy được vai trò quan trọng của thương lái khi tham gia cả kênh 1 và 2 (2 trong 3 kênh chủ yếu).

Theo kết quả điều tra, tất cả các đối tượng mua bán lúa gạo đều thanh toán bằng tiền mặt. Nông hộ và cơ sở xay xát không cho khách hàng trả chậm. Đối với thương lái thì 51,4% khách hàng trả chậm sau 7,4 ngày, còn hộ bán lẻ thì cho 32,4% khách hàng trả chậm sau 7,8 ngày.

Bảng 2. Phương thức thanh toán của các tác nhân trong kênh phân phối

Đối tượng	Tỷ lệ khách hàng trả tiền ngay (%)	Khách hàng trả chậm	
		Tỷ lệ (%)	Số ngày trả chậm
Nông hộ	100,0	0,0	0,0
Thương lái	48,6	51,4	7,4
Cơ sở xay xát	100,0	0,0	0,0
Người bán lẻ	67,6	32,4	7,8

Nguồn: Số liệu điều tra của tác giả, năm 2010

3.2 Vận chuyển và phương thức thanh toán trong hệ thống phân phối

Kết quả khảo sát cho thấy, nông hộ bán lúa cho các đối tượng như thương lái, công ty lương thực, cơ sở xay xát đều do các đối tượng này sử dụng ghe đến mua. Hầu hết hai đối tượng thương lái và cơ sở xay xát sử dụng ghe để tiến hành giao dịch mua bán lúa gạo với nhau, hay với công ty lương thực. Riêng người bán lẻ thường sử dụng xe máy hay xe vận tải nhỏ để thu mua lúa gạo từ nông hộ, thương lái và cơ sở xay xát. Công ty lương thực phân phối sản phẩm gạo đến các khách hàng của mình bằng xe tải.

3.3 Phân tích giá trị nhận được của các tác nhân trong kênh

Giá trị nhận được của nông hộ: Số liệu điều tra cho thấy, giá trị nhận được của nông hộ ở kênh 6 là nhiều nhất (100%) với lý do là nông hộ bán trực tiếp cho người tiêu dùng (không thông qua trung gian), đồng thời nông hộ cũng không tốn chi phí vận chuyển vì những người tiêu dùng này ở cùng địa phương. Bên cạnh đó, giá trị nhận được của nông hộ cũng khá cao trong các kênh 5B, 5A, 4, 2B và 3B, tỷ lệ phần trăm lợi ích của nông hộ trong các kênh lần lượt là: 55,7%, 55,3%, 54,3%, 52,0% và 51,9%.

Bảng 3. Giá bán và lợi nhuận của các tác nhân trong kênh phân phối

ĐVT: đồng/kg

Kênh	Chỉ tiêu	1A	1B	2A	2B	3A	3B	4	5A	5B	6
Nông hộ	Giá bán	4.107	4.107	4.107	4.107	4.137	4.137	4.137	4.265	4.201	4.313
	LN biên	1.407	1.407	1.407	1.407	1.437	1.437	1.437	1.565	1.501	1.613
Thương lái	Giá bán	4.717	4.717	6.945	6.906						
	LN biên	481	481	642	618						
Cơ sở xay xát	Giá bán	6.897	6.872			6.951	6.912	7.032			
	LN biên	536	527			665	654	1.007			
Hộ bán lẻ	Giá bán	8.284		8.284		8.284			8.284		
	LN biên	792		801		823			1.265		
Công ty lương thực	Giá bán		8.000		8.000		8.000			8.000	
	LN biên		625		682		678			1.196	

Nguồn: Số liệu điều tra của tác giả, năm 2010

Bảng 4. Giá trị nhận được của các tác nhân trong kênh phân phối

ĐVT: %

Kênh	1A	1B	2A	2B	3A	3B	4	5A	5B	6
Nông hộ	43,7	46,3	49,4	52,0	49,1	51,9	54,3	55,3	55,7	100,0
Thương lái	15,0	15,8	22,5	22,8						
Cơ sở xay xát	16,7	17,3			22,7	23,6	45,7			
Hộ bán lẻ	24,6		28,1		28,2			44,7		
Công ty lương thực		20,6		25,2		24,5			44,3	

Nguồn: Số liệu điều tra của tác giả, năm 2010

Giá trị nhận được của thương lái: Nhìn chung, thương lái hoạt động trong kênh 2 hiệu quả hơn kênh 1 với giá trị nhận được tương ứng là: 22,5% (kênh 2A), 22,8% (kênh 2B), 15,0% (kênh 1A), 15,8% (kênh 1B). Vì trong kênh 2A và 2B, thương lái bán trực tiếp cho người bán lẻ và công ty lương thực mà không phải qua cơ sở xay xát nên giá trị nhận được của thương lái cao hơn.

Giá trị nhận được của cơ sở xay xát: Cơ sở xay xát hoạt động rất hiệu quả trong kênh 4 chiếm 45,7% lợi ích của kênh, kế tiếp đó là kênh 3 – giá trị nhận được của cơ sở xay xát ở kênh này là 22,7% (kênh 3A) và 23,6% (kênh 3B). Ở kênh 1, do vấn đề mua lúa phải mua từ thương lái nên hiệu quả của cơ sở xay xát không được cao với lợi ích được hưởng là 16,7% (kênh 1A) và 17,3% (kênh 1B).

Giá trị nhận được của hộ bán lẻ: Tuy mua với sản lượng không lớn như đối tượng thương lái, cơ

sở xay xát và công ty lương thực nhưng nhìn chung lợi ích mà người bán lẻ nhận được trong các kênh cao hơn những đối tượng khác (trừ nông hộ), trung bình chiếm hơn 25% lợi ích của kênh và cao nhất là 44,7% trong kênh 5A.

Giá trị nhận được của công ty lương thực: Giá trị nhận được của công ty lương thực trong các kênh 1B, 2B, 3B, 5B lần lượt là 20,6%, 25,2%, 24,5% và 44,3%. Trong kênh 5B, lợi ích của công ty lương thực cao hơn các kênh còn lại là do công ty thu gom lúa trực tiếp từ hộ sản xuất lúa mà không cần thông qua các tác nhân trung gian.

3.4 So sánh hiệu quả của các tác nhân trong kênh

Qua so sánh tỷ suất lợi nhuận của các đối tượng sản xuất kinh doanh lúa gạo, ta nhận thấy rằng hộ bán lẻ là đối tượng đạt hiệu quả cao nhất so với các đối tượng còn lại với tỷ suất lợi nhuận 32%/tháng. Tiếp theo là đối tượng thương lái với

tỷ suất lợi nhuận/tháng là 18,9 % và cơ sở xay xát 18%. Mặc dù nông hộ là người sản xuất lúa nhưng xếp hạng hiệu quả thì nông hộ chỉ đứng thứ 4 (17,6%) trong 5 tác nhân tham gia hệ thống phân phối. Công ty lương thực có tỷ suất lợi nhuận thấp nhất (14,2%) nhưng bù lại phần lớn lúa gạo ở các kênh đều tập trung vào công ty lương thực vì thế hiệu quả đạt được của công ty lương thực là rất cao.

Bảng 5. So sánh tỷ suất lợi nhuận của các tác nhân trong kênh phân phối

Loại hình kinh doanh	Tỷ suất lợi nhuận/tháng (%)	Xếp hạng hiệu quả
Nông hộ	17,6	4
Thương lái	18,9	3
Cơ sở xay xát	18,0	2
Người bán lẻ	32,0	1
Công ty lương thực	14,2	5

Nguồn: Số liệu điều tra của tác giả, năm 2010

4. Kết luận và gợi ý chính sách

Nghiên cứu hệ thống phân phối lúa gạo ở TPCT cho thấy, mặc dù nông hộ là những người tạo ra những hạt lúa nhưng với tỷ suất lợi nhuận chỉ đứng thứ 4 trong 5 tác nhân của hệ thống phân phối (nông hộ, thương lái, cơ sở xay xát, người bán lẻ và công ty lương thực), chứng tỏ hiệu quả sản xuất của nông hộ chưa tương xứng với những gì mà họ đã đầu tư. Điều này làm ảnh hưởng đến khả năng phát triển bền vững của ngành hàng lúa gạo. Vì thế, vấn đề cấp thiết đặt ra là làm sao nâng cao giá trị nhận được cho nông hộ sản xuất lúa. Từ thực tiễn nghiên cứu, tác giả nhận định một số nguyên nhân dẫn đến giá trị nhận được của nông hộ còn thấp trong hệ thống phân phối như sau: (1) Hệ thống phân phối lúa gạo chưa hoàn thiện, thị trường đầu ra của nông hộ không ổn định; (2) nông hộ thiếu thông tin về thị trường và các chính sách hỗ trợ của Chính phủ; (3) mối quan hệ mờ nhạt giữa nông hộ và các tác nhân trong hệ thống phân phối, đặc biệt là công ty lương thực; và (4) nông hộ bị hạn chế về nguồn lực sản xuất, đặc biệt là nguồn vốn đầu tư và khoa học kỹ thuật. Một số gợi ý chính sách được tác giả đề xuất nhằm nâng cao giá trị

nhận được cho nông hộ sản xuất lúa ở TPCT nói riêng và vừa lúa ĐBSCL nói chung như sau:

Thứ nhất, tập trung sắp xếp, tái cấu trúc hệ thống phân phối lúa gạo vừa đảm bảo đầu ra ổn định cho nông hộ, vừa đảm bảo mức độ lưu thông lúa gạo cho vấn đề an ninh lương thực, tránh tình trạng khủng hoảng lương thực “ảo” là rất cấp thiết.

Thứ hai, tăng cường hỗ trợ thông tin thị trường và các chính sách hỗ trợ của Chính phủ cho nông hộ sản xuất lúa, đồng thời giám sát chặt chẽ việc thực thi các chính sách của Chính phủ về bình ổn thị trường lúa gạo, đảm bảo đầu ra ổn định và có hiệu quả kinh tế cho nông hộ sản xuất lúa. Đồng thời, cần chú trọng đến tính linh hoạt, nhạy cảm trong việc ban hành các chính sách ổn định thị trường lúa gạo.

Thứ ba, tiếp tục củng cố và phát huy mối liên kết 4 nhà trong sản xuất, tiêu thụ và chế biến lúa gạo theo Quyết định số 80/2002/QĐ-TTg của Chính phủ, đặc biệt chú trọng sự liên kết tương hỗ giữa công ty lương thực và nông hộ sản xuất lúa.

Thứ tư, tăng cường hỗ trợ nguồn lực nhằm phát huy năng lực sản xuất cho nông hộ, các nguồn lực cần hỗ trợ cấp thiết là nguồn tài chính và các mô hình ứng dụng tiến bộ khoa học kỹ thuật hiệu quả.

Tóm lại, việc nâng cao giá trị nhận được của nông hộ sản xuất lúa là vấn đề cấp thiết, là trách nhiệm của toàn xã hội, để đảm bảo phát triển nền nông nghiệp bền vững và an ninh lương thực quốc gia ■

TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Nguyen Quoc Nghi (2010), “On Efficiency of Application of Technical Advances to Agriculture: The Case of Rice Production in Thanh Binh - Hong Ngu of Dong Thap province”, *Economic Development Review*, No 190-2010, p14-18.
2. Nguyễn Quốc Nghi (2010), “Các nhân tố ảnh hưởng đến lượng cầu tín dụng chính thức của nông hộ sản xuất lúa ở ĐBSCL”, *Tạp chí Ngân hàng*, số 20-2010, trang 29-32.
3. Nguyễn Quốc Nghi & Phạm Thị Thúy Muội (2010), *Thực trạng sản xuất và hệ thống phân phối lúa gạo ở tỉnh Đồng Tháp*, Kỷ yếu hội thảo khoa học, NXB Đại học Cần Thơ, trang 86-113.
4. Lưu Thanh Đức Hải (2005), “Chi phí marketing và kênh phân phối lúa gạo ĐBSCL”, *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ*, số 3-2005.