

Nghiên cứu chuỗi giá trị miến dong tại huyện Yên Sơn, tỉnh Tuyên Quang

PHẠM BẢO DƯƠNG

Học viện Nông nghiệp Việt Nam – pbduong@vnua.edu.vn

NGUYỄN THANH TRÀ

Viện Khoa học Nông nghiệp Việt Nam – thanhtranguyen2012@gmail.com

Ngày nhận:

26/05/2017

Ngày nhận lại:

26/07/2017

Ngày duyệt đăng:

31/07/2017

Mã số:

0517-Q12-V13

Nghiên cứu được thực hiện nhằm phân tích hiện trạng, các yếu tố ảnh hưởng và đề xuất các giải pháp nâng cao hiệu quả hoạt động của chuỗi giá trị miến dong huyện Yên Sơn, tỉnh Tuyên Quang bằng cách tiếp cận chuỗi giá trị, trong đó kết hợp giữa hai phương pháp nghiên cứu định tính và định lượng. Các số liệu sơ cấp thu thập năm 2016 và các số liệu thứ cấp thu thập trong giai đoạn 2013–2016. Kết quả nghiên cứu cho thấy đóng vai trò lớn nhất trong việc tạo ra giá trị gia tăng là tác nhân bán lẻ miến dong (34,17%) nhưng tác nhân thu gom lại đạt giá trị ngày công cao nhất (585.000 đồng/ngày công). Tuy nhiên, miến dong ở địa phương mới chỉ sản xuất theo quy mô nhỏ, kết cấu tổ chức của chuỗi còn tách biệt. Các giải pháp đồng bộ được đề xuất bao gồm các giải pháp về quy hoạch sản xuất, đặc biệt là vùng nguyên liệu, tăng cường năng lực cho các cơ sở sản xuất miến dong và giải pháp về thị trường.

Abstract

This study, using the value chain approach, analyzes the current status and factors that affect the arrowroot vermicelli value chain of Yen Son District, Tuyen Quang Province besides several measures proposed to enhance its effectiveness. Published secondary data are collected for the four-year period of 2013–2016, whereas primary data is surveyed for the year 2016. While the retailing agent plays the essential role in creating added value (34.17%), the collecting agent reaches the highest gross profit per family working day (VND585.000/working day). It should be noted that arrowroot vermicelli in Yen Son District is produced on a small scale and that the chain is not well structured. Accordingly, it is necessary to consider systematic solutions which include production planning and/or projection, especially for materials, and others for strengthening the production and processing capacity of arrowroot vermicelli as well as facilitating market development.

Từ khóa:

Chuỗi giá trị; Miến dong;
Tác nhân; Tuyên Quang.

Keywords:

Value chain; Arrowroot
vermicelli; Agents;
Tuyen Quang Province.

1. Giới thiệu

Miến dong được sản xuất quanh năm với giá thành thấp và là món ăn truyền thống lâu đời trong những ngày giỗ, ngày tết cổ truyền. Huyện Yên Sơn, tỉnh Tuyên Quang đã phát triển nghề truyền thống sản xuất miến dong từ lâu đời. Miến dong là sản phẩm chủ lực và đóng vai trò quan trọng trong đời sống kinh tế - xã hội của người dân địa phương huyện Yên Sơn (Tuấn Hùng, 2016). Tuy nhiên, hoạt động sản xuất và kinh doanh miến dong còn nhiều khó khăn, đặc biệt là sự yếu kém của kênh tiêu thụ. Lợi ích từ việc trồng củ dong, chế biến miến đem lại còn thấp, người nông dân cũng đang gặp khó khăn trong việc tiêu thụ sản phẩm do chưa hình thành được hệ thống tiêu thụ hữu hiệu.

Bằng cách tiếp cận chuỗi giá trị, từ việc xác định giá trị gia tăng của các tác nhân tham gia và phân tích các yếu tố ảnh hưởng đến chuỗi giá trị miến dong huyện Yên Sơn, nghiên cứu mong muốn đề xuất được một số giải pháp để nâng cao giá trị gia tăng của miến dong và của các tác nhân tham gia vào chuỗi giá trị miến dong huyện Yên Sơn. Phương pháp tiếp cận chuỗi giá trị đã và đang được sử dụng nhiều trong các nghiên cứu kinh tế gần đây, đặc biệt đối với hàng hóa nông sản như: Sản phẩm miến dong của Lê Thị Long Vỹ và Vũ Đình Tôn (2012), sản phẩm hoa cúc của Phạm Bảo Dương và Trần Thị Thu Trang (2013)... Các câu hỏi nghiên cứu chính cần được trả lời trong nghiên cứu này là: (1) Những tác nhân nào tham gia trong chuỗi giá trị miến dong huyện Yên Sơn; (2) Cơ chế giao dịch, phân chia giá trị gia tăng và lợi nhuận giữa các tác nhân tham gia trong chuỗi như thế nào; (3) Yếu tố nào ảnh hưởng và những hạn chế, khó khăn đối với việc phát triển chuỗi giá trị miến dong huyện Yên Sơn.

Các phần còn lại của nghiên cứu được bố trí như sau: Phần 2 trình bày cơ sở lý thuyết về chuỗi giá trị; phần 3 trình bày về cách tiếp cận và phương pháp nghiên cứu; kết quả nghiên cứu và thảo luận cùng một số giải pháp phát triển chuỗi giá trị miến dong huyện Yên Sơn lần lượt được trình bày trong phần 4 và 5; cuối cùng là phần 6 nêu kết luận của nghiên cứu.

2. Cơ sở lý thuyết

Chuỗi giá trị: Chuỗi giá trị đề cập đến tất cả những hoạt động cần thiết để biến một sản phẩm hoặc một dịch vụ từ lúc còn sơ khai thông qua các giai đoạn sản xuất khác nhau đến khi phân phối tới tay người tiêu dùng cuối cùng và được loại bỏ đi sau khi sử dụng (Kaplinsky & Morris, 2001).

Phân tích chuỗi giá trị nhằm xác định những khó khăn của từng khâu trong chuỗi, từ đó có các giải pháp khắc phục để sản phẩm đáp ứng được yêu cầu của thị trường và phát triển bền vững (Gereffi & cộng sự, 2003). Các công việc trong quá trình phân tích chuỗi giá trị bao gồm:

- Vẽ bản đồ chuỗi giá trị: Thể hiện các hoạt động sản xuất/kinh doanh (khâu), các tác nhân chính trong chuỗi và những mối liên kết của họ.

- Quản trị chuỗi: Là các mối quan hệ giữa các bên tham gia và các cơ chế, thể chế, thông qua đó các hoạt động điều phối phi thị trường cũng được thực hiện (Humphrey & Schmitz, 2002).

- Các vấn đề về phân phối thu nhập, gồm: Chi phí và lợi nhuận để xác định các chi phí hoạt động và đầu tư đang được phân chia giữa những người tham gia và chuỗi giá trị.

- Vấn đề về thu nhập và việc làm, gồm: Phân tích tác động, phân bổ thu nhập trong và giữa các tác nhân tham gia trong chuỗi giá trị theo cấp bậc; Phân tích tác động của hệ thống quản trị chuỗi giá trị tới sự phân bổ thu nhập và giá sản phẩm cuối cùng; Phân tích tác động của chuỗi giá trị tới việc làm giữa các tác nhân tham gia chuỗi; Miêu tả sự phân bổ việc làm theo chuỗi giá trị và miêu tả sự năng động của việc làm dọc theo chuỗi giá trị.

3. Cách tiếp cận và phương pháp nghiên cứu

Bên cạnh sử dụng các số liệu thứ cấp đã được công bố giai đoạn 2013–2016, số liệu sơ cấp được thu thập năm 2016 thông qua phỏng vấn trực tiếp các tác nhân bằng bộ câu hỏi thu thập thông tin cấu trúc và bán cấu trúc, kết hợp các phương pháp đánh giá nông thôn có sự tham gia của người dân (PRA) được sử dụng chủ yếu ở giai đoạn đầu của quá trình nghiên cứu thông qua việc đi thực địa, thăm nông hộ và họp dân để có thông tin về vấn đề nghiên cứu và vùng nghiên cứu. Với đặc điểm chuỗi giá trị miền dong gồm có 5 tác nhân tham gia và mỗi tác nhân đều có đặc thù riêng, nghiên cứu đã tiến hành điều tra sâu tất cả các tác nhân trong chuỗi. Cụ thể: Khảo sát 30 tác nhân sản xuất củ dong; 20 tác nhân thu gom củ dong; 20 tác nhân sơ chế, chế biến tinh bột và miền dong; 6 tác nhân bán buôn miền dong; 20 tác nhân bán lẻ miền dong. Các thông tin thu thập xoay quanh thực trạng sản xuất củ dong, sơ chế, chế biến, tiêu thụ miền dong, các yếu tố ảnh hưởng và xây dựng giải pháp nhằm phát triển chuỗi giá trị miền dong.

Số liệu sau khi thu thập được thông qua phương pháp phân tích hiệu quả kinh tế, phương pháp so sánh để đánh giá hiệu quả của các tác nhân trong chuỗi giá trị được quy

về 4 chỉ tiêu: Tỷ suất giá trị gia tăng theo chi phí trung gian (VA/IC), tỷ suất giá trị sản xuất theo chi phí trung gian (GO/IC), tỷ suất lãi gộp theo chi phí trung gian (GPr/IC), và tỷ suất lãi ròng theo công lao động gia đình của tác nhân (GPr/công lao động).

4. Kết quả nghiên cứu và thảo luận

4.1. Chuỗi giá trị miền dong huyện Yên Sơn

Huyện Yên Sơn là huyện miền núi thuộc tỉnh Tuyên Quang với diện tích trồng dong của huyện là 374 ha. Toàn huyện có khoảng 60 cơ sở chế biến sản phẩm bột dong, miền dong, trong đó có 2 hợp tác xã sản xuất miền dong công suất khoảng 500–700 kg miền khô/ngày là hợp tác xã Thắng Lợi và hợp tác xã nông lâm nghiệp Nhữ Hán.

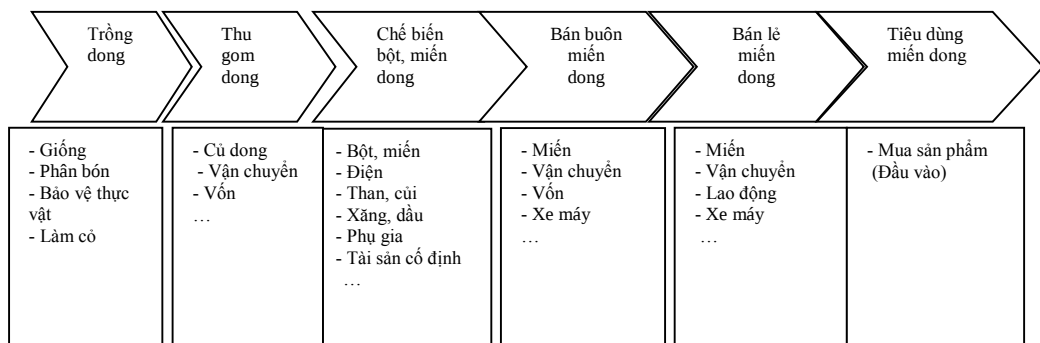
Kết quả khảo sát các cơ sở làm nghề chế biến miền dong cho thấy quy trình chế biến miền dong của các cơ sở chế biến tại huyện Yên Sơn tương đối giống nhau và gồm 4 bước sau:

Bước 1: Sản xuất củ dong, bước này có sự tham gia của tác nhân là hộ sản xuất;

Bước 2: Sản xuất tinh bột, bột dong, bước này có sự tham gia của tác nhân thu mua và tác nhân chế biến;

Bước 3: Sản xuất miền dong, theo các công đoạn gồm ngâm tẩy trắng tinh bột, hóa hồ, tráng tạo mỏng và hấp chín, phơi sấy và cắt sợi, bước này có sự tham gia của tác nhân chế biến;

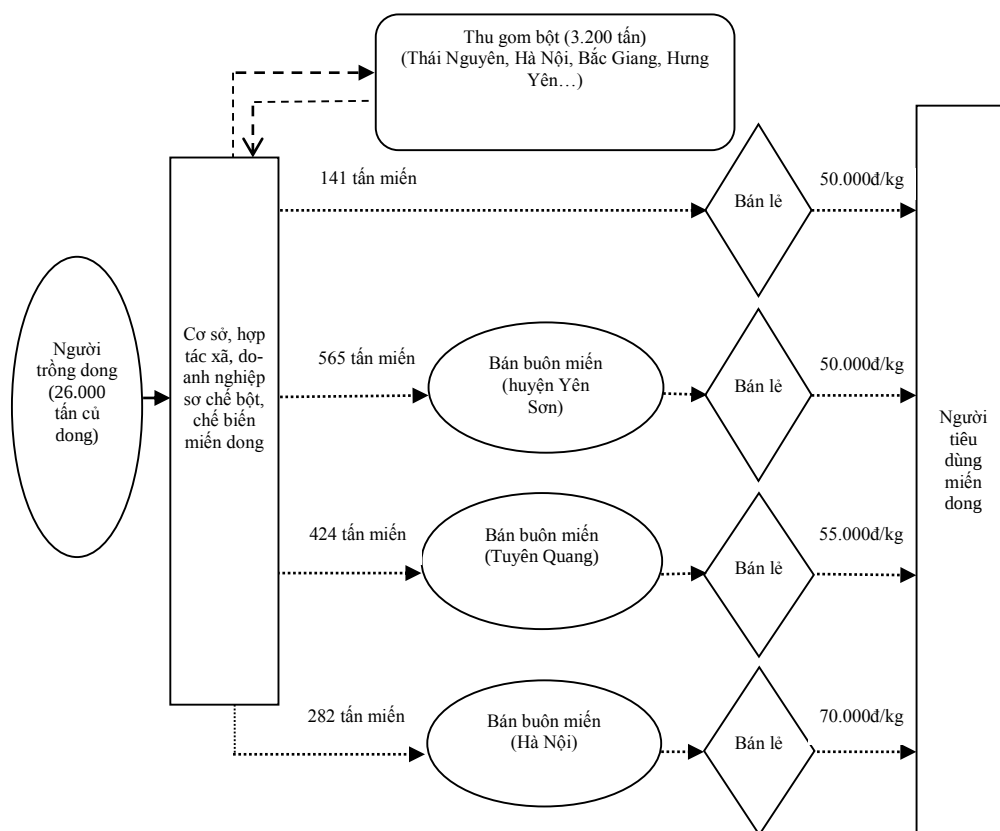
Bước 4: Đưa ra thị trường, bước này có sự tham gia của các tác nhân bán buôn, bán lẻ.



Hình 1. Quy trình sản xuất miền dong tại huyện Yên Sơn

Nguồn: Tác giả tổng hợp từ số liệu điều tra năm 2016.

Theo đường đi của sản phẩm thì chuỗi sản phẩm miến dong tại huyện Yên Sơn có 6 tác nhân tham gia, trong đó chủ yếu là các hộ nông dân (Hình 2).



Hình 2. Kênh phân phối sản phẩm miến dong Yên Sơn

Nguồn: Tác giả tổng hợp từ số liệu điều tra năm 2016.

4.2. Đặc điểm và vai trò của từng tác nhân trong chuỗi

4.2.1. Tác nhân sản xuất

Các hộ điều tra có thời gian gắn bó lâu dài với trồng dong riêng (bình quân từ 5 đến dưới 10 năm) nên có nhiều kinh nghiệm trong trồng và chăm sóc dong riêng, diện tích đất trồng dong riêng bình quân là 5,95 sào/hộ, chiếm 63,5% diện tích đất canh tác (9,36 sào/hộ). Với số lao động bình quân là 2,5 lao động/hộ, mỗi hộ hoàn toàn có thể chủ động được lao động trong mùa vụ sản xuất dong riêng. Tuy nhiên, kỹ thuật canh tác cây dong

riêng chủ yếu vẫn theo phương thức truyền thống: Trồng ở điều kiện tự nhiên ngoài vườn, nương; không có các biện pháp bảo vệ cây khi gặp điều kiện bất lợi của thời tiết nên năng suất chưa cao, hàm lượng tinh bột trong củ dong còn thấp.

4.2.2. Tác nhân thu gom

Tác nhân thu gom đóng vai trò quan trọng đối với chuỗi giá trị vì là đầu mối tập trung nguồn nguyên liệu từ tất cả các vùng trồng, là đầu mối cung cấp nguyên liệu cho các cơ sở sơ chế, chế biến tinh bột dong, miến dong trong và ngoài tỉnh. Tác nhân này thường sinh sống trên địa bàn huyện Yên Sơn, hoạt động với quy mô nhỏ trong phạm vi huyện. Theo kết quả điều tra, tác nhân thu gom có số năm hoạt động trung bình là 6,5 năm và thời gian diễn ra các hoạt động mua - bán dong riêng của các nhóm tác nhân kéo dài từ 30–40 ngày/vụ/năm.

4.2.3. Tác nhân sơ chế, chế biến tinh bột và miến dong

Tác nhân sơ chế tinh bột là đầu mối cung cấp nguyên liệu sau sơ chế cho các cơ sở, doanh nghiệp chế biến sản phẩm miến dong trong và ngoài tỉnh. Năm 2016 các cơ sở chế biến tinh bột trong huyện Yên Sơn đủ năng lực để chế biến hết nguồn nguyên liệu củ dong riêng của huyện. Theo số liệu điều tra, phần lớn các cơ sở chế biến mới được xây dựng và hoạt động trong vòng 3 năm gần đây, cụ thể chiếm 70,27%; 24,32% cơ sở hoạt động từ 6–10 năm; và 5,41% cơ sở có thời gian hoạt động trên 10 năm.

Tác nhân chế biến miến dong khá đa dạng: (1) Mua tinh bột và sản xuất miến; (2) mua dong nguyên liệu, sản xuất đến sản phẩm cuối cùng (miến). Quy mô sản xuất cũng rất khác nhau: Hợp tác xã Thắng Lợi có 2 dây chuyền sản xuất tinh bột với công suất 20–30 tấn củ/ngày, trong khi công suất dây chuyền tại hợp tác xã Nhữ Hán chỉ đạt một nửa. Sản xuất, chế biến miến là khâu có lợi nhuận cao trong chuỗi, ước tính lãi ròng thu được trung bình từ chế biến 100 kg miến là 631.000 đồng, tính trung bình đạt lợi nhuận 175 triệu đồng/năm/cơ sở chế biến. Ngoài ra, các cơ sở chế biến miến dong còn tạo việc làm cho lao động địa phương từ 8 lao động đến 12 lao động/cơ sở (tùy theo quy mô sản xuất).

4.2.4. Tác nhân bán buôn miến

Tác nhân bán buôn hoạt động tích cực trong vận chuyển và tiêu thụ miến dong, có phạm vi hoạt động rộng. Tác nhân bán buôn có thời gian hoạt động trung bình là 5,5 năm. Lượng vốn bình quân của tác nhân này sử dụng trong hoạt động mua - bán là 220 triệu đồng/tác nhân bán buôn miến và khối lượng bán buôn trong năm trung bình của tác nhân bán buôn miến dong đạt 2.750 kg miến dong.

4.2.5. Tác nhân bán lẻ miền

Tác nhân bán lẻ là những mắc xích cuối cùng đưa sản phẩm đến với người tiêu dùng. Kết quả điều tra thị trường cho thấy các tác nhân tham gia bán lẻ miền dong rất đa dạng, bao gồm cả những người kinh doanh thực phẩm khô tại các chợ (huyện Yên Sơn) và những cửa hàng, đại lí kinh doanh bên ngoài huyện (thành phố Tuyên Quang và Hà Nội).

Những người kinh doanh miền dong ở thị trường Hà Nội có thời gian tham gia hoạt động lâu hơn (trung bình đã bán miền dong trên 7 năm) và thường phải thuê thêm 1 đến 2 lao động. So với thị trường huyện Yên Sơn và thành phố Tuyên Quang, hoạt động kinh doanh miền tại Hà Nội rất ổn định (bán miền trong cả 12 tháng). Lượng miền bán bình quân/tháng của người kinh doanh tại Hà Nội lớn hơn rất nhiều so với thị trường Yên Sơn và Tuyên Quang.

Tổng hợp kết quả hoạt động của các tác nhân trong chuỗi theo số liệu Bảng 1.

Bảng 1

Kết quả và hiệu quả kinh tế của các tác nhân trong chuỗi giá trị miền dong (tính bình quân trên 100 kg miền dong)

Chi tiêu	Đơn vị tính	Các tác nhân				
		Sản xuất	Thu gom	Sơ chế, chế biến	Bán buôn	Bán lẻ
Doanh thu (TR)	1.000 đồng	1.290	1.663	2.900	4.500	5.000
Chi phí trung gian (IC)	1.000 đồng	620	1.504	2.019	4.120	4.530
Giá trị gia tăng (VA)	1.000 đồng	670	159	881	380	470
Công lao động gia đình	Công	5	0,2	5	2	3
Chi phí lao động thuê ngoài	1.000 đồng	342	42	200	50	50
Lãi gộp (GPr)	1.000 đồng	328	117	681	330	420
Hao mòn TSCĐ	1.000 đồng	5	5	50	30	20
Lãi ròng (NPr)	1.000 đồng	323	112	631	300	400
VA/IC	Lần	1,08	0,11	0,44	0,09	0,10
VA/công lao động gia đình	1.000	134	795	176	190	157
GPr/IC	Lần	0,53	0,08	0,34	0,08	0,09
GPr/công lao động gia đình	1.000	66	585	136	165	140
NPr/IC	Lần	0,52	0,07	0,31	0,07	0,09
NPr/công lao động gia đình	1.000	65	560	126	150	133

Nguồn: Tác giả tổng hợp từ số liệu điều tra năm 2016.

Số liệu Bảng 1 cho thấy mỗi tác nhân đều có đặc điểm riêng về hạch toán kinh tế. Khi tính bình quân trên 100 kg miến dong thành phẩm, kết quả xem xét 5 tác nhân trong chuỗi giá trị miến dong huyện Yên Sơn cho thấy: Tác nhân bán lẻ có doanh thu cao nhất (5 triệu đồng), tác nhân sản xuất có doanh thu thấp nhất (1,29 triệu đồng), xu hướng này cũng tương tự khi xét chỉ tiêu chi phí trung gian.

Xét về giá trị gia tăng, tác nhân đạt giá trị cao nhất là tác nhân sơ chế, chế biến miến dong, trung bình tác nhân này thu được 881 nghìn đồng/100 kg miến, trong khi đó, đối với tác nhân thu gom, giá trị này chỉ đạt 159 nghìn đồng. Tuy nhiên, khi xem xét số công lao động gia đình của các tác nhân bỏ ra để tạo ra sản phẩm quy đổi về 100 kg miến dong thì tác nhân thu gom lại ở mức rất thấp (0,2 công), tác nhân sản xuất và chế biến là 5 công, tác nhân bán buôn và bán lẻ trung bình là 2–3 công. Như vậy, qua số lượng công này có thể thấy rõ thu nhập của các tác nhân là rất khác nhau. Trung bình tác nhân thu gom đạt giá trị ngày công theo giá trị gia tăng, theo lãi gộp, lãi ròng là cao nhất; tác nhân sản xuất dong đạt giá trị thấp nhất, tiếp theo là tác nhân sơ chế, chế biến; hai tác nhân bán buôn, bán lẻ cũng đạt hiệu quả kinh tế ở mức cao.

Như vậy, kết quả trên Bảng 1 cho thấy các tác nhân sản xuất và chế biến hầu như đạt hiệu quả kinh tế thấp; trong đó, các tác nhân thu gom, bán buôn và bán lẻ lại nắm tỉ trọng lợi nhuận cao hơn.

4.3. Chuỗi giá trị gia tăng của các tác nhân theo kênh phân phối

Qua nghiên cứu, tác giả nhận thấy có 5 kênh phân phối chính sản phẩm miến dong huyện Yên Sơn. Tuy nhiên, ở nghiên cứu này, tác giả chỉ tập trung phân tích kỹ 3 kênh phân phối chủ lực, gồm: (1) Bán buôn và bán lẻ tại huyện Yên Sơn (BBYS và BLYS); (2) Bán buôn và bán lẻ tại thành phố Tuyên Quang (BBTQ và BLTQ); và (3) Bán buôn và bán lẻ tại Hà Nội (BBHN và BLHN). Một số đặc điểm chính của 3 kênh phân phối chủ lực được khái quát hóa ở Hình 3.

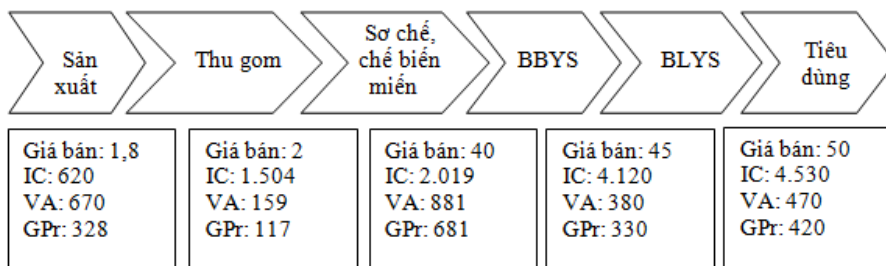
Đối với tác nhân sản xuất, giá bán tính trên 1 kg củ dong là 1,8 nghìn đồng; giá bán tác nhân thu gom tính trên 1 kg củ dong là 2 nghìn; giá tính trên các tác nhân còn lại là giá 1 kg miến dong đã thành phẩm.

Giá bán miến dong ở các kênh phân phối là khác nhau. Nguyên nhân của sự chênh lệch về giá là do khoảng cách địa lí. Đối với kênh phân phối số 1, miến dong được bán tại vùng sản xuất, chỉ đi lại trong địa bàn huyện; nhưng kênh phân phối số 2 và số 3 miến dong lại được đưa đi bán ngoài huyện (thành phố Tuyên Quang và Hà Nội). Các kênh

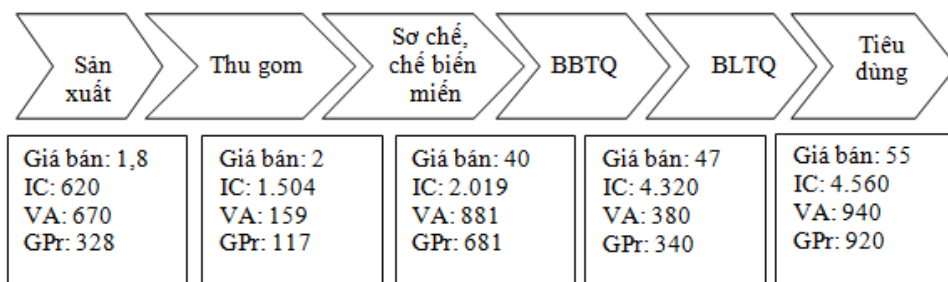
phân phối trong chuỗi giá trị miền dong đều bao gồm đầy đủ các tác nhân tham gia. Trình tự của quá trình phân phối đi từ người sản xuất đến người thu gom; người sơ chế, chế biến tinh bột, miền dong; người bán buôn và người bán lẻ là tác nhân cuối cùng bán cho người tiêu dùng.

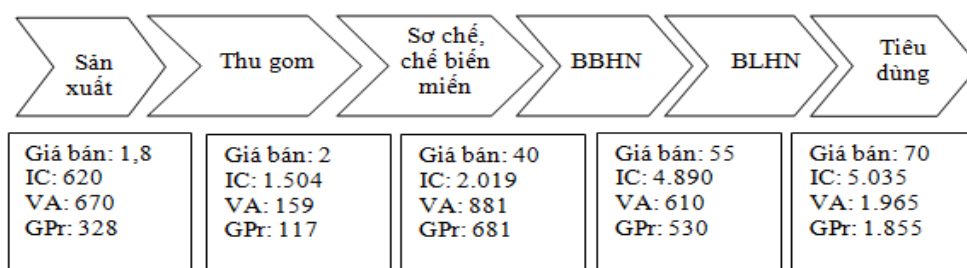
Kênh phân phối số 3 là kênh tiêu thụ đóng vai trò tích cực trong tiêu thụ miền dong của chuỗi giá trị miền dong huyện Yên Sơn. Giá trị gia tăng (VA) và thu nhập thuần (GPr/công lao động) của tác nhân người bán lẻ đạt 1.965 nghìn đồng/100 kg miền, cao hơn nhiều so với kênh phân phối số 1 và số 2 (470 nghìn đồng và 940 nghìn đồng). Hoạt động của những người bán lẻ góp phần rất quan trọng vào việc duy trì và mở rộng sản xuất, sơ chế, chế biến miền dong hiện nay trên địa bàn huyện Yên Sơn.

Kênh phân phối số 1



Kênh phân phối số 2



Kênh phân phối số 3**Hình 3.** Hình thành giá và giá trị gia tăng của các tác nhân theo các kênh phân phối*Ghi chú:* Đơn vị tính: Nghìn đồng*Nguồn:* Tác giả tổng hợp từ số liệu điều tra năm 2016.**Bảng 2**

Phân phối giá trị gia tăng giữa các tác nhân trong các kênh phân phối

Chỉ tiêu	Đơn vị tính	Sản xuất	Thu gom	Chế biến	Bán buôn	Bán lẻ	Chung
Kênh phân phối số 1							
TR	Nghìn đồng	1.290	1.663	2.900	4.500	5.000	15.353
VA	Nghìn đồng	670	159	881	380	470	2.560
VA/TR	%	0,52	0,10	0,30	0,08	0,09	0,17
Tỉ lệ VA trong kênh	%	26,17	6,21	34,41	14,84	18,36	100,00
Kênh phân phối số 2							
TR	Nghìn đồng	1.290	1.663	2.900	4.700	5.500	16.053
VA	Nghìn đồng	670	159	881	380	940	3.030
VA/TR	%	0,52	0,10	0,30	0,08	0,17	0,19
Tỉ lệ VA trong kênh	%	22,11	5,25	29,08	12,54	31,02	100,00
Kênh phân phối số 3							
TR	Nghìn đồng	1.290	1.663	2.900	5.500	7.000	18.353
VA	Nghìn đồng	670	159	881	610	1.965	4.285
VA/TR	%	0,52	0,10	0,30	0,11	0,28	0,23
Tỉ lệ VA trong kênh	%	15,64	3,71	20,56	14,24	45,86	100,00
Trung bình chuỗi							
TR	Nghìn đồng	1.290	1.663	2.900	4.900	5.833	16.586
VA	Nghìn đồng	670	159	881	457	1.125	3.292
VA/TR	%	0,52	0,10	0,30	0,09	0,19	0,20
Tỉ lệ VA trong chuỗi	%	20,35	4,83	26,76	13,88	34,17	100,00

Ghi chú: Tính trên 100kg miễn dong*Nguồn:* Tác giả tổng hợp từ số liệu điều tra năm 2016

Các chỉ tiêu TR và VA của các tác nhân sản xuất, thu gom và chế biến ở cả 3 kênh phân phối không có sự khác biệt; sự khác biệt trong các chỉ tiêu TR và VA chỉ xuất hiện ở các tác nhân bán buôn và bán lẻ cho thấy tiêu thụ ở ngoài vùng sản xuất (ở thành phố Tuyên Quang hoặc ở Hà Nội) mang lại hiệu quả kinh doanh cao hơn. Chính hiệu quả thu được cao hơn sẽ khuyến khích các tác nhân bên ngoài tích cực tham gia vào chuỗi giá trị miền đông huyện Yên Sơn, góp phần quan trọng trong việc mở rộng thị trường tiêu thụ cho sản phẩm miền đông.

Bên cạnh những mối quan hệ trên, sự phân phối giá trị gia tăng giữa các tác nhân tham gia trong chuỗi cũng đã cho thấy có sự hợp lý nhất định. Tác nhân sơ chế, chế biến trực tiếp sản xuất ra sản phẩm và thường xuyên đối mặt với nhiều khó khăn, rủi ro nhất đã nhận được tỉ lệ giá trị gia tăng cao nhất trong kênh phân phối số 1. Đối với 2 kênh phân phối còn lại, tác nhân bán lẻ có tỉ lệ giá trị gia tăng cao nhất. Số lượng người tham gia của tác nhân thu gom ít hơn nhiều so với số lượng người tham gia của các tác nhân khác nên tỉ lệ giá trị gia tăng của tác nhân bán buôn thấp nhất trong các kênh phân phối là phù hợp với sự hoạt động của chuỗi giá trị.

4.4. *Yếu tố ảnh hưởng đến chuỗi giá trị miền đông của huyện Yên Sơn*

4.4.1. Khâu sản xuất, chế biến

Các hợp tác xã trên địa bàn Yên Sơn có hai dây chuyền sản xuất tinh bột dong riêng công suất 20–30 tấn củ tươi/ngày, trong đó, một dây chuyền sản xuất miền công suất 1 tấn miền khô/ngày, sản lượng miền bình quân gần 90 tấn/năm. Công nghệ chế biến miền dong chủ yếu dựa vào kỹ thuật truyền thống và chưa được phát triển theo quy mô lớn, chưa áp dụng các công nghệ hiện đại để chế biến các sản phẩm miền dong có giá trị cao, giá thành thấp.

Ngoài ra, công nghệ chế biến chưa thực sự an toàn cho môi trường, nhất là công nghệ chế biến tinh bột vì chưa có các nghiên cứu và ứng dụng công nghệ xử lý chất thải để tận dụng phế thải bã dong riêng trong quá trình chế biến tinh bột. Hiện Sở Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Tuyên Quang đang phối hợp với Dự án hỗ trợ nông nghiệp, nông dân và nông thôn (TNSP) hỗ trợ vốn, công nghệ cho hợp tác xã Thắng Lợi huyện Yên Sơn (chế biến tinh bột và sản xuất miền dong) hệ thống xử lý nước thải, chất thải bằng việc xây dựng các bể chứa và công nghệ xử lý nước, chất thải trước khi xả ra môi trường. Đây là mô hình mẫu cho chủ các cơ sở chế biến tinh bột đến tham quan, học tập, từng bước đầu tư, áp dụng vào sản xuất.

4.4.2. Kênh phân phối, kết nối với thị trường

Khả năng tiếp cận thị trường của sản phẩm miến dong Yên Sơn còn nhiều hạn chế mặc dù sản phẩm có chất lượng và uy tín. Nguyên nhân là chưa tổ chức được các hoạt động quảng bá, giới thiệu sản phẩm nên người tiêu dùng khó tiếp cận và tin dùng.

Một số cơ sở chế biến trong vùng đã có nhãn hiệu riêng nhưng thiết kế thô sơ, không đúng quy chuẩn nhãn hiệu hàng hóa, đặc biệt là các cơ sở nhỏ. Vì vậy, hiệu quả tiếp thị và bảo vệ quyền lợi khi xảy ra tranh chấp thương mại không cao.

4.4.3. Các hoạt động quảng bá, xúc tiến thương mại

Hoạt động quảng bá, xúc tiến thương mại đang do chính các cơ sở chế biến đảm nhiệm. Tuy nhiên, giữa các cơ sở đó có sự cạnh tranh lẫn nhau nên các hoạt động quảng bá, xúc tiến thương mại chưa có nhiều tác động đến toàn bộ chuỗi giá trị miến dong huyện Yên Sơn. Mặt khác, do những khó khăn về tài chính và nhân lực nên việc quảng bá, xúc tiến thương mại chỉ dừng lại ở một số hoạt động riêng lẻ, dẫn đến chưa có nhiều người kinh doanh, tiêu dùng biết đến sản phẩm miến dong Yên Sơn. Các hoạt động khác như: Tổ chức hội nghị khách hàng, hội chợ giới thiệu sản phẩm, xây dựng các công cụ quảng bá (tờ rơi, poster, bao bì...)... chưa được triển khai.

4.4.4. Các chính sách có liên quan đến hỗ trợ phát triển chuỗi giá trị miến dong huyện Yên Sơn

Phần lớn các chính sách liên quan đến chuỗi giá trị miến dong đều tác động lên người sản xuất, chế biến nhưng chưa kịp thời và đồng bộ, sự tác động lên các tác nhân khác như: Người thu gom, người bán buôn, người bán lẻ còn mờ nhạt. Cụ thể, các chính sách cần tập trung vào các yếu tố sau:

Về vốn: Chế biến miến dong đòi hỏi đầu tư khá lớn về nguyên liệu, nhà xưởng, thiết bị sản xuất... nếu không đáp ứng sẽ ảnh hưởng đến chất lượng và uy tín sản phẩm.

Về thị trường giá cả: Kết quả khảo sát cho thực địa và phân tích dữ liệu thứ cấp cho thấy giá cả miến dong còn bấp bênh (năm 2014 giá bán là 42.000 đồng/kg trong khi đó năm 2015, 2016 giá bán chỉ đạt 40.000 đồng/kg, thậm chí có thời điểm còn thấp hơn). Trong quá trình tiêu thụ miến dong theo chuỗi giá trị, giá bán cho người tiêu dùng cuối cùng thường cao hơn so với giá người sản xuất bán ra do chi phí thu gom, chi phí lao động và lợi nhuận trả cho tất cả những hoạt động diễn ra trong khâu trung gian.

Về thông tin thị trường: Trong quá trình sản xuất miến dong do người nông dân còn thiếu thông tin thị trường dẫn đến việc không đáp ứng được yêu cầu của người tiêu dùng.

Có thể thấy xu hướng phát triển sản phẩm miền dong đã và đang được quan tâm nhưng chưa đồng bộ, mới chỉ tập trung giải quyết khâu tiêu thụ sản phẩm mà chưa tập trung phát triển toàn chuỗi từ khâu sản xuất đến khâu tiêu thụ. Vì vậy, tiếp cận phát triển miền dong hoàn chỉnh cho toàn chuỗi trở nên cấp thiết và tạo ra sự phát triển có tính bền vững cao.

5. Một số giải pháp phát triển chuỗi giá trị miền dong huyện Yên Sơn

5.1. Giải pháp về quy hoạch sản xuất

Các giải pháp về quy hoạch sản xuất gồm:

Thứ nhất, để đảm bảo hiệu quả lâu dài của chuỗi giá trị phải có vùng sản xuất nguyên liệu ổn định, bền vững và có chất lượng. Do đó, cần dành quỹ đất và bố trí địa điểm cụ thể để tổ chức trồng dong nguyên liệu cho phát triển chế biến tinh bột, miền dong và dịch vụ.

Thứ hai, xác định rõ các yêu cầu trong báo cáo đánh giá tác động và cam kết bảo vệ môi trường, xử lý rác thải, nước thải chế biến miền dong cho từng cơ sở sản xuất tinh bột và miền dong. Khuyến khích các cơ sở sử dụng công nghệ khí sinh học để xử lý chất thải chế biến, đồng thời tạo ra nguồn năng lượng trong hấp, sấy các sản phẩm miền dong (Tuấn Hùng, 2016).

Thứ ba, xây dựng các mối liên kết ngang, dọc bền vững giữa các tác nhân trong chuỗi. Trước mắt, xúc tiến thành lập Hội sản xuất và chế biến dong - miền dong Yên Sơn nhằm mục đích phát triển bền vững vùng nguyên liệu trên cơ sở gắn kết giữa sản xuất và chế biến.

5.2. Giải pháp tăng cường năng lực cho các cơ sở sản xuất, chế biến miền dong

Để công việc chế biến miền dong được thuận lợi và hiệu quả thì trước hết cần phải giải quyết cải thiện các nút thắt về vốn, mặt bằng sản xuất, điện để chạy máy chế biến... Cụ thể:

- Công ty Điện lực cần khảo sát nhu cầu sử dụng điện của các cơ sở chế biến ở huyện để có biện pháp đáp ứng về điện, trước mắt thay thế máy biến áp công suất lớn hơn tại xã Lực Hành, xã Nhữ Hán - hai địa phương trọng điểm sản xuất miền dong ở huyện.

- Cần đầu tư trang thiết bị, cơ sở vật chất, các bể chứa bột trữ đủ lớn để tránh tình trạng bị ép giá khi vào vụ.

- Tổ chức kí kết và thực hiện những hợp đồng cung ứng đầu ra, đầu vào cụ thể.
- Đối với bã dong riêng cần tập huấn kĩ thuật ủ phân vi sinh, làm thức ăn chăn nuôi, than hoạt tính... Tất cả các giải pháp đều cần có sự thực hiện đồng bộ từ phía người sản xuất, doanh nghiệp và chính quyền.

5.3. Giải pháp về thị trường

Hiện tại, hai kênh phân phối số 2 và số 3 đang mang lại hiệu quả cao tại huyện Yên Sơn (hiệu quả cao ở các khâu bán buôn và bán lẻ), vì vậy, cần tập trung phát huy mặt mạnh này; đồng thời, cần thử nghiệm các kênh phân phối mới để phát triển thị trường. Bên cạnh đó, cần triển khai các hoạt động phân phối tại các kênh phân phối mục tiêu, theo dõi và đánh giá phản hồi từ các kênh phân phối này nhằm mục đích mở rộng một cách bền vững các thị trường tiêu thụ miền dong ngoài huyện Yên Sơn.

Thực hiện bán hàng với các kênh phân phối mục tiêu theo yêu cầu đặt hàng. Thiết lập các chỉ tiêu và công cụ theo dõi thông tin thị trường, thử nghiệm phân phối tại một số kênh tiềm năng đi kèm theo dõi và đánh giá. Đồng thời, giới thiệu sản phẩm tại các sự kiện xúc tiến thương mại (như: Hội trợ triển lãm hàng hóa, Hội chợ xuân, Hàng Việt Nam chất lượng cao...) (VnEconomy, 2007).

6. Kết luận

Trên thế giới, cách tiếp cận về chuỗi giá trị đang được sử dụng phổ biến, tổ chức tốt chuỗi giá trị là công cụ tốt để quản lí chất lượng (Eschborn, 2007; Humphrey & Schmitz, 2002; Kaplinsky & Morris, 2001). Trong thời gian qua, phát triển chuỗi giá trị miền dong huyện Yên Sơn đã mang lại nhiều ý nghĩa kinh tế, xã hội, như: (1) Thúc đẩy sản xuất kinh doanh; (2) tạo công ăn việc làm; (3) xoá đói, giảm nghèo; (4) phân công lại lao động nông thôn; (5) tạo liên kết có trách nhiệm giữa các nhà sản xuất kinh doanh với người tiêu dùng. Tham gia vào chuỗi giá trị miền dong có 5 tác nhân chính: (1) Nông dân sản xuất củ dong; (2) người thu gom củ dong; (3) người sơ chế, chế biến bột dong, miền dong; (4) những người bán buôn miền dong; và (5) người bán lẻ miền dong. Đóng góp vai trò lớn nhất trong việc tạo ra giá trị gia tăng là tác nhân sơ chế, chế biến bột dong, miền dong (76,68%) nhưng tác nhân thu gom lại đạt giá trị ngày công cao nhất (1,6 triệu đồng/ngày công). Tuy nhiên, miền dong mới chỉ sản xuất theo quy mô nhỏ; kết cấu tổ chức của chuỗi còn tách biệt; tác nhân chính trong chuỗi vẫn là người sản xuất củ dong; người sơ chế, chế biến bột dong, miền dong, các tác nhân khác có tác động rất

ít tới sự phát triển của chuỗi.

Để hoàn thiện và phát triển chuỗi giá trị miền đông huyện Yên Sơn trong các năm tới, nghiên cứu đã đề xuất một số giải pháp cho toàn chuỗi và cho từng tác nhân đối với từng khâu trong chuỗi. Các giải pháp tập trung vào việc quy hoạch sản xuất, tăng cường năng lực cho các cơ sở sản xuất, chế biến miền đông. Đặc biệt, các cơ quan quản lý cần tăng cường công tác quản lý chất lượng và thị trường, nhất là thị trường đầu vào cho sản xuất■

Tài liệu tham khảo

- Gereffi, G., Humphrey, J., & Sturgeon, T. (2003). *The Governance of global value chains: An analytical framework*. Retrieved from <https://pdfs.semanticscholar.org/d77e/988faf60744c8d9f5f5cd933837dc4447b1c.pdf>
- Humphrey, J., & Schmitz, H. (2002). How does insertion in global value chains affect upgrading in industrial clusters? *Regional Studies*, 36(9), 1017–1027.
- Kaplinsky, R., & Morris, M. (2001). *A handbook for value chain research*, Paper prepared for the IDRC. Retrieved from <http://www.ids.ac.uk/ids/global/pdfs/VchNov01.pdf>
- Eschborn. (2007). Cẩm nang valuelinks phương pháp luận để thúc đẩy chuỗi giá trị. *Các Hội thảo đào tạo ValueLinks*. GTZ, 35.
- Lê Thị Long Vỹ, & Vũ Đình Tôn. (2012). Sản xuất và chế biến miền đông ở Hưng Yên: Triển vọng phát triển bền vững. *Tạp chí Kinh tế và Phát triển*, 184(2), 111–116.
- Phạm Bảo Dương, & Trần Thị Thu Trang. (2013). Nghiên cứu chuỗi giá trị sản phẩm hoa cúc của huyện Văn Lâm tỉnh Hưng Yên. *Tạp chí Phát triển kinh tế*, 270, 48–58.
- VnEconomy. (2007). *Kinh doanh theo chuỗi giá trị*. Truy cập ngày 30/03/2016, từ <http://vneconomy.vn/doanh-nhan/kinh-doanh-theo-chuoi-gia-tri-72833.htm>
- Tuấn Hùng. (2016). *Dong riêng lại được giá*. Truy cập ngày 05/11/2016, từ <http://www.baotuyenquang.com.vn/kinh-te/nong-nghiep-nong-thon/dong-rieng-lai-duoc-gia-61270.html>