

## MỤC LỤC

### DANH MỤC CÁC KÝ HIỆU, CÁC CHỮ VIẾT TẮT

### DANH MỤC CÁC BẢNG BIỂU

### DANH MỤC CÁC HÌNH VẼ

### CHƯƠNG 1. GIỚI THIỆU NGHIÊN CỨU .....1

#### 1.1. Sự cần thiết của luận án..... 1

#### 1.2. Mục tiêu..... 6

##### 1.2.1. Mục tiêu tổng quát .....6

##### 1.2.2. Mục tiêu cụ thể.....6

#### 1.3. Câu hỏi nghiên cứu .....6

#### 1.4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu ..... 7

#### 1.5. Điểm mới của luận án ..... 8

### CHƯƠNG 2. CƠ SỞ LÝ THUYẾT VỀ CHUỖI LIÊN KẾT TRONG XUẤT KHẨU NÔNG SẢN ..... 10

#### 2.1. Các khái niệm liên quan ..... 10

##### 2.1.1. Chuỗi giá trị ..... 10

##### 2.1.2. Chuỗi cung ứng..... 17

##### 2.1.3. Chuỗi liên kết.....20

#### 2.2. Các lý thuyết liên quan.....30

##### 2.2.1. Lý thuyết lợi thế kinh tế theo quy mô .....30

##### 2.2.2. Lý thuyết Heckscher-Ohlin .....31

##### 2.2.3. Lý thuyết về vòng đời sản phẩm của Raymond Vernon.....32

##### 2.2.4. Lý thuyết chi phí cơ hội của Haberler.....32

##### 2.2.5. Lý thuyết mới về thương mại của Paul Krugman.....33

|                                               |                                                                                                                            |           |
|-----------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| 2.2.6.                                        | Lý thuyết về mô hình “Viên kim cương” của Michael Porter .....                                                             | 34        |
| 2.2.7.                                        | Lý thuyết liên kết kinh tế vùng của Hirschman.....                                                                         | 36        |
| 2.3.                                          | Tổng quan nghiên cứu thực nghiệm về các chuỗi liên kết.....                                                                | 37        |
| 2.3.1.                                        | Tổng quan nghiên cứu nước ngoài về các chuỗi liên kết.....                                                                 | 37        |
| 2.3.2.                                        | Tổng quan nghiên cứu trong nước về các chuỗi liên kết .....                                                                | 40        |
| 2.4.                                          | Tổng quan nghiên cứu thực nghiệm về hiệu quả kinh doanh .....                                                              | 44        |
| 2.4.1.                                        | Tổng quan nghiên cứu nước ngoài về hiệu quả kinh doanh.....                                                                | 45        |
| 2.4.2.                                        | Tổng quan nghiên cứu trong nước về hiệu quả kinh doanh .....                                                               | 47        |
| 2.5.                                          | Bài học kinh nghiệm về phát triển chuỗi liên kết .....                                                                     | 51        |
| 2.5.1.                                        | Bài học kinh nghiệm nước ngoài .....                                                                                       | 51        |
| 2.5.2.                                        | Bài học kinh nghiệm trong nước.....                                                                                        | 55        |
| 2.5.2.1.                                      | Công ty Đầu tư Phát triển Sản xuất Nông nghiệp VinEco .....                                                                | 55        |
| <b>CHƯƠNG 3. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU .....</b> |                                                                                                                            | <b>59</b> |
| 3.1.                                          | Quy trình nghiên cứu của luận án.....                                                                                      | 59        |
| 3.2.                                          | Khung phân tích.....                                                                                                       | 59        |
| 3.2.1.                                        | Khung phân tích chuỗi giá trị rau quả tươi xuất khẩu Vùng KTTĐPN...59                                                      |           |
| 3.2.2.                                        | Khung phân tích các yếu tố nội bộ tác động đến hiệu quả kinh doanh chuỗi liên kết rau quả tươi xuất khẩu Vùng KTTĐPN ..... | 63        |
| 3.3.                                          | Nguồn dữ liệu .....                                                                                                        | 70        |
| 3.3.1.                                        | Dữ liệu thứ cấp.....                                                                                                       | 70        |
| 3.3.2.                                        | Dữ liệu sơ cấp .....                                                                                                       | 70        |
| 3.4.                                          | Phương pháp nghiên cứu sử dụng.....                                                                                        | 72        |
| 3.4.1.                                        | Phương pháp nghiên cứu định tính .....                                                                                     | 72        |
| 3.4.2.                                        | Phương pháp nghiên cứu định lượng .....                                                                                    | 73        |

## **CHƯƠNG 4. KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU CHUỖI LIÊN KẾT RAU QUẢ TƯƠI XUẤT KHẨU VÙNG KINH TẾ TRỌNG ĐIỂM PHÍA NAM .....76**

|                                                                                                                                               |     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 4.1. Tổng quan đặc điểm kinh tế - xã hội Vùng KTTĐPN.....                                                                                     | 76  |
| 4.2. Thực trạng chuỗi liên kết rau quả tươi xuất khẩu Vùng KTTĐPN .....                                                                       | 81  |
| 4.2.1. Đặc điểm chuỗi liên kết rau quả tươi Vùng KTTĐPN .....                                                                                 | 81  |
| 4.2.2. Các thành phần tham gia trong chuỗi liên kết rau quả tươi xuất khẩu ....                                                               | 84  |
| 4.2.3. Phân tích các yếu tố tác động đến các khâu trong chuỗi liên kết.....                                                                   | 97  |
| 4.2.4. Phân tích các mối quan hệ trong chuỗi liên kết.....                                                                                    | 110 |
| 4.2.5. Hiệu quả và sơ đồ chuỗi liên kết rau quả tươi xuất khẩu.....                                                                           | 118 |
| 4.3. Phân tích các yếu tố tác động đến hiệu quả kinh doanh chuỗi liên kết rau quả tươi xuất khẩu Vùng KTTĐPN .....                            | 122 |
| 4.3.1. Thống kê mô tả mẫu khảo sát.....                                                                                                       | 122 |
| 4.3.2. Kiểm định khác biệt nhóm .....                                                                                                         | 131 |
| 4.3.3. Các thuận lợi và khó khăn .....                                                                                                        | 136 |
| 4.3.4. Kết quả hồi quy và các kiểm định mô hình:.....                                                                                         | 142 |
| 4.3.5. Vai trò của chuỗi liên kết trong việc gia tăng giá trị và xuất khẩu cho các mặt hàng rau quả của vùng kinh tế trọng điểm phía Nam..... | 148 |

## **CHƯƠNG 5. KẾT LUẬN VÀ HÀM Ý CHÍNH SÁCH .....153**

|                                                                                                                     |     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 5.1. Hàm ý chính sách.....                                                                                          | 153 |
| 5.1.1. Tạo điều kiện thuận lợi hóa xuất khẩu đối với sản phẩm rau quả tươi..                                        | 153 |
| 5.1.2. Đẩy mạnh nghiên cứu và ứng dụng công nghệ bảo quản, sơ chế sau thu hoạch đối với rau quả tươi xuất khẩu..... | 154 |
| 5.1.3. Thúc đẩy ứng dụng ICT vào chuỗi liên kết rau quả tươi xuất khẩu .....                                        | 155 |

|                                                                                                            |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| 5.1.4. Khuyến khích, hỗ trợ hình thành và phát triển hình thức Công ty cổ phần nông nghiệp và các HTX..... | 157 |
| 5.1.5. Xây dựng chiến lược “xác định rõ thị trường tập trung và sản phẩm chủ lực” .....                    | 157 |
| 5.1.6. Tăng cường khả năng huy động vốn đầu tư vào chuỗi liên kết rau quả tươi xuất khẩu .....             | 160 |
| 5.2. Hạn chế và hướng nghiên cứu tiếp theo.....                                                            | 161 |
| 5.2.1. Hạn chế của nghiên cứu .....                                                                        | 161 |
| 5.2.2. Gợi ý hướng nghiên cứu tiếp theo .....                                                              | 161 |

## **KẾT LUẬN**

## **DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO**

## **PHỤ LỤC**

|            |                                                                |
|------------|----------------------------------------------------------------|
| PHỤ LỤC 1: | YÊU CẦU ĐỐI VỚI MỘT SỐ LOẠI RAU QUẢ XUẤT KHẨU                  |
| PHỤ LỤC 2: | BẢN KHẢO SÁT CHUỖI LIÊN KẾT RAU QUẢ TƯƠI XUẤT KHẨU VÙNG KTTĐPN |
| PHỤ LỤC 3: | CHI PHÍ SẢN XUẤT VÀ LỢI NHUẬN CỦA RAU ĂN QUẢ VÀ RAU ĂN LÁ      |
| PHỤ LỤC 4: | KẾT QUẢ PHÂN TÍCH HỒI QUY VÀ CÁC KIỂM ĐỊNH                     |
| PHỤ LỤC 5: | DANH SÁCH CHUYÊN GIA                                           |
| PHỤ LỤC 6: | BẢN ĐỒ HÀNH CHÍNH VÙNG KTTĐPN                                  |

## DANH MỤC CÁC KÝ HIỆU, CÁC CHỮ VIẾT TẮT

|                  |                        |                                                        |
|------------------|------------------------|--------------------------------------------------------|
| BCH TW           |                        | Ban chấp hành Trung ương                               |
| BVTV             |                        | Bảo vệ thực vật                                        |
| B <sub>2</sub> B | Business to business   | Doanh nghiệp với doanh nghiệp                          |
| DNNVV            |                        | Doanh nghiệp nhỏ và vừa                                |
| EU               | Europe Union           | Liên Minh Châu Âu                                      |
| FAO              |                        | Tổ chức Lương nông thế giới                            |
| GlobalGAP        |                        | Tiêu chuẩn thực hành sản xuất nông nghiệp tốt toàn cầu |
| HTX              |                        | Hợp tác xã                                             |
| KHKT             |                        | Khoa học kỹ thuật                                      |
| NN và PTNT       |                        | Nông nghiệp và phát triển nông thôn                    |
| OLS              | Ordinary least squares | Bình phương tối thiểu thông thường                     |
| RAT              |                        | Rau an toàn                                            |
| TP               |                        | Thành Phố                                              |
| TP HCM           |                        | Thành Phố Hồ Chí Minh                                  |
| VietGAP          |                        | Tiêu chuẩn thực hành sản xuất nông nghiệp tốt Việt Nam |
| Vùng KTTĐPN      |                        | Vùng Kinh tế trọng điểm Phía Nam                       |
| XK               |                        | Xuất khẩu                                              |

## **DANH MỤC CÁC BẢNG BIỂU**

|                                                                                                                                                                                |    |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----|
| Bảng 1.1: Kim ngạch xuất khẩu rau quả tươi, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam và thế giới năm 2016.....                                                                         | 2  |
| Bảng 1.2: Tỷ lệ đáp ứng nhu cầu nhập khẩu rau quả tươi của 10 nước nhập khẩu từ Việt Nam từ 2013 - 2015.....                                                                   | 3  |
| Bảng 2.1: Các hoạt động trong chuỗi giá trị.....                                                                                                                               | 12 |
| Bảng 2.2: Những giai đoạn phát triển của cấp độ tập trung thị trường.....                                                                                                      | 17 |
| Bảng 2.3: Bảng 2.3: Tổng hợp các nghiên cứu chính liên quan.....                                                                                                               | 49 |
| Bảng 3.1: Mã hoá và thang đo của mô hình.....                                                                                                                                  | 69 |
| Bảng 3.2: Cơ cấu mẫu nghiên cứu phân chia theo tỉnh, thành phố.....                                                                                                            | 71 |
| Bảng 3.3: Cơ cấu mẫu nghiên cứu phân chia theo cơ sở sản xuất.....                                                                                                             | 71 |
| Bảng 4.1: Diện tích, dân số, GDP, đầu tư của Vùng KTTĐPN so với cả nước.....                                                                                                   | 77 |
| Bảng 4.2: Đặc điểm và chức năng của chuỗi liên kết rau quả tươi cung ứng siêu thị/xuất khẩu của HTX .....                                                                      | 82 |
| Bảng 4.3: Đặc điểm, chức năng của các thành phần trong chuỗi liên kết rau quả tươi xuất khẩu theo hợp đồng của công ty .....                                                   | 83 |
| Bảng 4.4: So sánh hiệu quả kinh tế giữa hộ nông dân có tham gia HTX với hộ nông dân độc lập, không tham gia vào HTX trong sản xuất rau an toàn (tính trên quy mô 1 ha/hộ)..... | 88 |
| Bảng 4.5: Số lượng và cơ cấu HTX nông nghiệp các tỉnh Vùng KTTĐPN năm 2012 .....                                                                                               | 90 |

|                                                                                                        |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Bảng 4.6: So sánh hiệu quả kinh tế giữa HTX có liên kết so với HTX độc lập, không có liên kết.....     | 91  |
| Bảng 4.7: Hiệu quả xuất khẩu thanh long bằng đường hàng không sang Hà Lan..                            | 120 |
| Bảng 4.8: Tuổi đời, trình độ học vấn, kinh nghiệm và qui mô lao động chủ doanh nghiệp, hợp tác xã..... | 123 |
| Bảng 4.9: Cơ cấu nông sản tại cơ sở sản xuất.....                                                      | 125 |
| Bảng 4.10. Cơ cấu diện tích đất trồng .....                                                            | 123 |
| Bảng 4.11: Phương thức thu hoạch.....                                                                  | 125 |
| Bảng 4.12: Nguồn gốc giống dùng trong sản xuất.....                                                    | 127 |
| Bảng 4.13: Đặc điểm kỹ thuật trong sản xuất.....                                                       | 128 |
| Bảng 4.14: Đơn vị thu mua và thị trường xuất khẩu.....                                                 | 129 |
| Bảng 4.15: Doanh thu theo từng loại cây trồng.....                                                     | 130 |
| Bảng 4.16: Mối quan hệ giữa tuổi và diện tích canh tác.....                                            | 131 |
| Bảng 4.17: Mối quan hệ giữa tỷ lệ đất đạt tiêu chuẩn và lợi nhuận.....                                 | 132 |
| Bảng 4.18: Mối quan hệ giữa qui mô lao động và diện tích canh tác.....                                 | 133 |
| Bảng 4.19: Mối quan hệ giữa qui mô lao động và lợi nhuận.....                                          | 133 |
| Bảng 4.20: Mối quan hệ giữa hình thức cơ sở sản xuất và diện tích canh tác.....                        | 134 |
| Bảng 4.21: Mối quan hệ giữa cơ sở sản xuất và doanh thu.....                                           | 135 |
| Bảng 4.22: Mối quan hệ giữa cơ sở sản xuất và lợi nhuận.....                                           | 135 |
| Bảng 4.23: Tóm tắt các thuận lợi và khó khăn.....                                                      | 141 |

|                                                                                                      |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Bảng 4.24: Rủi ro trong chuỗi liên kết rau quả tươi xuất khẩu.....                                   | 142 |
| Bảng 4.25: Kết quả hồi quy ban đầu.....                                                              | 143 |
| Bảng 4.26: Kiểm định hiện tượng đa cộng tuyến.....                                                   | 144 |
| Bảng 4.27: Kiểm định hiện tượng phương sai sai số thay đổi.....                                      | 145 |
| Bảng 4.28: Kết quả mô hình sau khi hiệu chỉnh.....                                                   | 146 |
| Bảng 4.29: Tổng hợp kết quả kỳ vọng và mức ý nghĩa thống kê.....                                     | 147 |
| Bảng 4.30: Ma trận tương quan .....                                                                  | 151 |
| Bảng 5.1: Một số gợi ý về thị trường và sản phẩm rau quả tươi cho các địa phương<br>Vùng KTTĐPN..... | 158 |

## DANH MỤC CÁC HÌNH VẼ

|                                                                                                      |     |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Hình 2.1: Sơ đồ diễn tả các nhân tố tác động đến bản chất của chuỗi giá trị.....                     | 16  |
| Hình 3.1: Quy trình nghiên cứu.....                                                                  | 59  |
| Hình 3.2: Khung phân tích chuỗi nông sản điển hình.....                                              | 62  |
| Hình 3.3: Khung phân tích của nghiên cứu.....                                                        | 61  |
| Hình 4.1: Tỷ trọng đất nông nghiệp trên tổng diện tích đất của các địa phương trong Vùng KTTĐPN..... | 78  |
| Hình 4.2: Tỷ lệ lao động/ dân số Vùng KTTĐPN giai đoạn 2004 – 2016.....                              | 79  |
| Hình 4.3: Số lượng và cơ cấu lao động của từng địa phương trong Vùng KTTĐPN năm 2016.....            | 79  |
| Hình 4.4: Tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu của Vùng KTTĐPN từ 2004 đến 2014.....               | 80  |
| Hình 4.5: Sơ đồ biểu diễn quan hệ của hộ nông dân không liên kết.....                                | 87  |
| Hình 4.6: Sơ đồ biểu diễn quan hệ của hộ nông dân làm thuê cho doanh nghiệp...87                     |     |
| Hình 4.7: Sơ đồ biểu diễn quan hệ của hộ nông dân liên kết thành lập HTX.....                        | 88  |
| Hình 4.8: Tăng trưởng tín dụng 2009 – 2017 của các ngân hàng thương mại.....                         | 104 |
| Hình 4.9: Các chủ thể tham gia truy xuất nguồn gốc rau quả.....                                      | 108 |
| Hình 4.10: Sơ đồ chuỗi liên kết rau quả tươi xuất khẩu Vùng KTTĐPN.....                              | 119 |
| Hình 4.11: Sơ đồ chuỗi liên kết thanh long xuất khẩu bằng đường hàng không sang EU.....              | 121 |
| Hình 4.12: Cơ cấu mẫu khảo sát theo giới tính.....                                                   | 122 |

|                                                                                                   |     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Hình 4.13: Cơ cấu mẫu khảo sát theo ngành nghề.....                                               | 123 |
| Hình 4.14: Cơ cấu mẫu khảo sát có vay vốn ưu đãi.....                                             | 126 |
| Hình 4.15: Cơ cấu mẫu khảo sát có vay vốn ưu đãi.....                                             | 127 |
| Hình 5.1: Mô hình kiểm soát thông tin truy xuất nguồn gốc.....                                    | 156 |
| Hình 5.2: Đề xuất mô hình ứng dụng ICT cho chuỗi liên kết rau quả tươi xuất khẩu vùng KTTĐPN..... | 156 |

## CHƯƠNG 1.

### GIỚI THIỆU NGHIÊN CỨU

#### 1.1. Sự cần thiết của luận án

Theo dự báo của Tổ chức Lương nông thế giới (FAO) và một số chuyên gia kinh tế, nhu cầu tiêu thụ của thế giới về rau quả sẽ có điều kiện tăng nhanh, tốc độ tăng trưởng kim ngạch nhập khẩu rau quả tươi hàng năm khoảng 3 – 3,5%. Xu hướng tăng tiêu dùng các sản phẩm rau quả tươi và giảm tiêu dùng các sản phẩm rau quả đóng hộp, hướng tới tiêu dùng nhiều sản phẩm đa dạng và tiện lợi. Ngoài ra, chính phủ các nước cũng đang có các chính sách khuyến khích tiêu dùng rau quả nhiều hơn với tất cả các nhóm độ tuổi để đảm bảo các lợi ích về sức khỏe, giảm tỷ lệ béo phì và các bệnh về tim mạch.

Trong các ngành hàng chủ lực xuất khẩu của Việt Nam, rau quả vẫn được xem là ngành hàng xuất khẩu có tiềm năng lớn và có xu hướng phát triển rất khả quan. Nếu như năm 2005, Việt Nam chỉ xuất khẩu rau quả sang 36 quốc gia và vùng lãnh thổ với kim ngạch xuất khẩu đạt 235 triệu USD, thì đến năm 2017, mặt hàng rau quả đã đạt kim ngạch xuất khẩu khoảng 3,45 tỷ USD, vượt qua cả kim ngạch xuất khẩu lúa gạo và vượt xa kim ngạch xuất khẩu của cao su, chè, hạt điều... Bên cạnh đó, đây là ngành hàng Việt Nam có lợi thế xuất khẩu với giá trị hệ số RCA là  $1,45 > 1$  được tính từ Bảng 1.1 (RCA được viết tắt từ Hệ số Revealed Comparative Advantage - “Thể hiện năng lực so sánh”). Tuy nhiên, theo ước tính tổng dung lượng của thị trường rau quả thế giới hàng năm khoảng 120 tỷ USD, Việt Nam là nước có tiềm năng xuất khẩu các mặt hàng nông sản, nhưng hiện mới chỉ chiếm vị trí rất nhỏ bé trong bức tranh xuất khẩu rau quả nói chung, cũng như rau quả nói riêng của thế giới. Số liệu của International Trade Center (ITC) – Trung Tâm Thương mại Quốc tế cho thấy, xét về mặt hàng rau quả, Việt Nam xếp thứ 28 trong tổng số các nước xuất khẩu trên thế giới. Vì thế, rau quả là ngành hàng xuất khẩu có

lợi thế so sánh cần được phân tích và sẽ là mặt hàng mà ngành nông nghiệp Việt Nam nên tập trung đầu tư phát triển cho xuất khẩu.

Bảng 1.1: Kim ngạch xuất khẩu rau quả tươi, kim ngạch xuất khẩu của Việt Nam và thế giới năm 2016

| STT | Chỉ tiêu                           | ĐVT       | Giá trị        |
|-----|------------------------------------|-----------|----------------|
| 1   | Kim ngạch XK rau quả tươi VN       | 1,000 USD | 1,989,687      |
| 2   | Kim ngạch XK của VN                | 1,000 USD | 176,580,787    |
| 3   | Kim ngạch XK rau quả tươi thế giới | 1,000 USD | 124,185,231    |
| 4   | Kim ngạch XK thế giới              | 1,000 USD | 16,011,181,638 |

*Nguồn: www.trademap.org*

Với một loạt các hiệp định thương mại tự do và hợp tác quốc tế như: Gia nhập Hiệp hội các nước Đông Nam Á – Asean (7/1995); Khu vực thương mại tự do Asean (AFTA, 1/1996); ASEM (Asean + Europe, 4/1996), Diễn đàn hợp tác kinh tế Châu Á – Thái Bình Dương (APEC, 11/1998), Hiệp định Thương Mại Việt Nam – Hoa Kỳ (BTA, 10/12/2001), Tổ chức thương mại thế giới (WTO, 7/11/2006), Hiệp định đối tác toàn diện VN – Nhật Bản (VJEPA, 25/12/2008), Hiệp định thương mại tự do VN – Chile (VCFTA, 11/11/2011), Hiệp định thương mại tự do Việt Nam – Liên minh Hải quan (Nga, Belarus và Kazakhstan) - (VCUFTA, 15/12/2014), Hiệp định thương mại tự do VN – Hàn Quốc (VKFTA, 5/5/2015), Hiệp định thương mại tự do Việt Nam – EU (EVFTA, 2/12/2015), Hiệp định thương mại tự do Việt Nam - Liên minh kinh tế Á - Âu (gồm Nga, Kazakhstan, Belarus, Armenia, Kyrgyzstan - EAEU, 5/2015)... cho thấy mức độ hội nhập sâu rộng vào nền kinh tế thế giới của nước ta trong khoảng 20 năm nay, nhất là trong năm 2014 và 2015. Dự kiến các mặt hàng rau quả tươi xuất khẩu của Việt Nam sẽ có cơ hội tăng mạnh, nếu kiểm soát tốt chất lượng, kim ngạch này có thể đạt hơn 5 tỷ USD vào năm 2020. Các thị trường nhập khẩu lớn và có giá trị cao như Hà Lan, Pháp (EU), Hoa Kỳ và Nhật Bản, Hàn Quốc có mức tăng trưởng liên tục. Ngoài ra, các thị trường có khoảng cách gần như Trung Quốc và các nước trong khối Asean (Singapore, Malaysia, Indonesia, Philippines...) cũng có sản lượng và kim ngạch xuất khẩu tăng trưởng khá ổn định. Bảng 1.2 cho thấy Trung Quốc là thị trường xuất khẩu lớn về rau quả

tươi của Việt Nam, nhưng cũng mới chỉ chiếm khoảng 9,4% kim ngạch nhập khẩu rau quả tươi (2015), Hoa Kỳ là thị trường tiêu thụ rất lớn nhưng Việt Nam chỉ chiếm được 0,07% kim ngạch nhập khẩu rau quả tươi. Ngay cả Hà Lan - cửa ngõ chính để nhập khẩu vào thị trường EU, nước ta chỉ mới đạt được 0,19% kim ngạch nhập khẩu rau quả tươi. Như vậy, tiềm năng xuất khẩu rau quả tươi của Việt Nam còn được khai thác khá khiêm tốn, tỉ lệ cung ứng cho các nước trên thế giới còn rất ít, nhất là những thị trường có giá trị gia tăng cao nhưng đòi hỏi điều kiện tiếp cận khắt khe như Hoa Kỳ, EU, Nhật Bản. Trong xu thế hội nhập kinh tế thế giới, nhu cầu tiêu thụ rau quả tươi các nước trong các khối hợp tác kinh tế cũng sẽ tăng nhiều do hàng rào thuế quan đã bãi bỏ.

Bảng 1.2: Tỉ lệ đáp ứng nhu cầu nhập khẩu rau quả tươi của 10 nước nhập khẩu từ Việt Nam từ 2013 - 2015

| TT | Quốc gia                 | 2013                     |                      |               | 2014                     |                      |               | 2015                     |                      |               |
|----|--------------------------|--------------------------|----------------------|---------------|--------------------------|----------------------|---------------|--------------------------|----------------------|---------------|
|    |                          | Kim ngạch NK (1,000 USD) | NK từ VN (1,000 USD) | Tỉ lệ đáp ứng | Kim ngạch NK (1,000 USD) | NK từ VN (1,000 USD) | Tỉ lệ đáp ứng | Kim ngạch NK (1,000 USD) | NK từ VN (1,000 USD) | Tỉ lệ đáp ứng |
| 1  | China                    | 5,264,682                | 837,322              | 15.90%        | 6,444,744                | 549,654              | 8.53%         | 7,135,571                | 670,699              | 9.40%         |
| 2  | Korea, Republic of       | 1,321,387                | 51,686               | 3.91%         | 1,388,814                | 73,889               | 5.32%         | 1,457,294                | 64,041               | 4.39%         |
| 3  | Japan                    | 3,095,806                | 11,156               | 0.36%         | 2,937,143                | 11,566               | 0.39%         | 2,823,842                | 25,410               | 0.90%         |
| 4  | Malaysia                 | 1,086,019                | 12,471               | 1.15%         | 1,023,480                | 22,759               | 2.22%         | 1,225,777                | 23,980               | 1.96%         |
| 5  | Singapore                | 946,566                  | 18,473               | 1.95%         | 997,492                  | 20,435               | 2.05%         | 983,062                  | 22,302               | 2.27%         |
| 6  | Thailand                 | 803,459                  | 14,716               | 1.83%         | 771,013                  | 20,385               | 2.64%         | 1,051,064                | 16,169               | 1.54%         |
| 7  | United States of America | 17,192,550               | 10,315               | 0.06%         | 18,331,471               | 11,403               | 0.06%         | 19,491,633               | 13,123               | 0.07%         |
| 8  | Indonesia                | 1,129,058                | 24,507               | 2.17%         | 1,257,907                | 17,814               | 1.42%         | 1,024,343                | 12,940               | 1.26%         |
| 9  | Hong Kong, China         | 2,122,768                | 4,056                | 0.19%         | 2,633,360                | 3,110                | 0.12%         | 2,635,531                | 12,892               | 0.49%         |
| 10 | Netherlands              | 7,020,556                | 8,910                | 0.13%         | 6,772,055                | 10,765               | 0.16%         | 6,130,087                | 11,658               | 0.19%         |

Nguồn: [www.trademap.org](http://www.trademap.org)

Việt Nam có khoảng 2 triệu ha trồng rau quả (trong đó: 0,7 triệu ha cây ăn quả, sản lượng hơn 7 triệu tấn). Khoảng 100 cơ sở chế biến rau quả quy mô công nghiệp với tổng công suất 300.000 tấn sản phẩm/năm; tuy nhiên, không nhiều doanh nghiệp trong số này có giấy phép xuất khẩu, các doanh nghiệp vẫn chủ yếu làm đầu mối thu mua và bán lại cho các thương lái nước ngoài để ăn chênh lệch giá

nên chưa có chiến lược xâm nhập đến từng thị trường mục tiêu. Những yếu kém của nền nông nghiệp dựa trên quy mô kinh tế hộ, nhỏ lẻ, thiếu liên kết, năng suất và chất lượng thấp, đã hạn chế phần nào sự tăng trưởng của ngành nông nghiệp nói chung cũng như lĩnh vực rau quả tươi nói riêng. Sản xuất – kinh doanh theo chuỗi liên kết là một trong những đột phá quan trọng hàng đầu trong tái cơ cấu ngành nông nghiệp bởi ba lý do: (i) Cho phép tập trung các nguồn lực về tài nguyên, con người, vốn... vào các sản phẩm mà nước ta có lợi thế; (ii) Sắp xếp tổ chức lại sản xuất theo hướng công bằng, hợp lý về quyền lợi cũng như rủi ro cho các tác nhân tham gia chuỗi liên kết, từ đó tạo động lực cho sản xuất, cho các tác nhân để phát huy được hết khả năng của mình; (iii) Cho phép kiểm tra được các vấn đề có liên quan đến chất lượng, vệ sinh an toàn thực phẩm và các tiêu chuẩn kỹ thuật, truy xuất nguồn gốc sản phẩm, hàng hóa, từ đó xây dựng được thương hiệu, tăng khả năng cạnh tranh, tăng khả năng tiếp cận thị trường. Rau quả tươi được lựa chọn để phát triển chuỗi liên kết dựa trên các tiêu chí sau đây: (i) Nhu cầu/ tiềm năng thị trường, (ii) Tiềm năng tạo việc làm, (iii) Tiềm năng gia tăng thu nhập, (iv) Các cơ hội liên kết thị trường, (v) Cơ hội tạo thêm giá trị gia tăng, (vi) Số lượng lớn nông dân trồng rau quả và các nhà thương lái (có điều kiện để mở rộng), (vii) Các yếu tố bên ngoài như các chính sách của chính phủ, của chính quyền địa phương, chính sách thuế ...).

Việc phân tích chuỗi liên kết giúp tìm hiểu bản chất cũng như các yếu tố xác định sức cạnh tranh, đóng góp cụ thể vào việc nâng cao tầm nhìn từ từng công ty riêng lẻ đến nhóm các công ty kết nối lẫn nhau; thông qua tập trung vào tất cả các mắt xích trong chuỗi liên kết và vào tất cả các hoạt động trong từng mắt xích, giúp nhận diện những hoạt động nào có sinh lợi tăng dần và những hoạt động nào có sinh lợi giảm dần. Các công trình nghiên cứu thực nghiệm về chuỗi liên kết được khá nhiều tác giả thực hiện; trong đó: các nghiên cứu nước ngoài với Hirschman (1958), Corbett & cộng sự (1999), Barrat & Oliveira (2001), Frideman (2005), Bäckstrand (2007)...; các nghiên cứu trong nước với Nguyễn Thị Tuyết Mai và Mai Thế Cường (2006), Hồ Thanh Sơn & Đào Thế Anh (2006), Đào Thế Anh & cộng sự (2006),

Trần Tiến Khai & cộng sự (2011), Võ Thị Thanh Lộc & Nguyễn Phú Sơn (2012), Nguyễn Anh Phong (2013), Hoàng Văn Việt (2013) ... Hầu hết, các nghiên cứu đã tìm hiểu cấu trúc và đưa ra được bản đồ chuỗi giá trị ngành hàng cũng như phân tích chi tiết vai trò, đặc điểm của các tác nhân trong chuỗi của các sản phẩm tại các địa phương nghiên cứu, đưa ra các giải pháp, các khuyến nghị cần thiết để phát triển chuỗi ở các địa phương trên. Tuy nhiên, các nghiên cứu đa phần chỉ giới hạn trong phạm vi của một địa phương cho một ngành hàng hoặc một sản phẩm cụ thể như rau an toàn, hành tím, thanh long, xoài, bơ... Trong khi, lĩnh vực rau quả tươi là ngành hàng xuất khẩu được xếp mã HS (Harmony System – Hệ thống Hải hòa) và bản chất sản xuất – kinh doanh nông sản không phụ thuộc vào một địa giới hành chính hoặc một địa phương cụ thể. Bên cạnh đó, khung phân tích lý thuyết các nghiên cứu này có một số khác biệt và chưa nhận diện rõ, hệ thống hóa việc tổ chức, điều phối, chiến lược và mối quan hệ quyền lực của các tác nhân khác nhau trong chuỗi liên kết.

Hiện nay, sự phát triển của các chuỗi liên kết rau quả tươi ở Việt Nam đã bắt đầu được quan tâm để phát triển ở qui mô từng địa phương cũng như ở cấp quốc gia. Phát triển chuỗi liên kết không chỉ có lợi cho từng cá thể mà còn kích thích phát triển xã hội, kinh tế và tạo môi trường bền vững ở địa phương (giải quyết việc làm, gia tăng thu nhập, giảm thất thoát sản phẩm...), hỗ trợ cộng đồng (ví dụ như phát triển cơ sở hạ tầng) và đóng một vai trò quan trọng để tạo ra một môi trường thuận lợi cho việc phát triển từng hộ cá thể nhằm chia sẻ kinh nghiệm, rủi ro và những vướng mắc gặp phải. Để khắc phục hạn chế từ các nghiên cứu trước, tác giả tiếp cận với phạm vi Vùng KTTĐPN - là một trong những vùng động lực kinh tế quan trọng của Việt Nam với lợi thế về vị trí và tiềm năng thị trường, Vùng sẽ trở thành trung tâm thu hút lượng rau quả tươi đáng kể của khu vực các tỉnh miền Đông Nam Bộ cũng như Đồng bằng sông Cửu Long để xuất khẩu. Hiện năng lực tổ chức và vận hành cũng như hiệu quả các chuỗi liên kết của Vùng vẫn là điểm hạn chế khi hội nhập kinh tế thế giới và nâng cao năng lực cạnh tranh của sản phẩm rau quả tươi. Việc tìm hiểu và thúc đẩy chuỗi liên kết rau quả tươi xuất khẩu trở thành yêu cầu

bức thiết để nâng cao giá trị kim ngạch xuất khẩu rau quả tươi, nâng cao thu nhập của người sản xuất rau quả, nâng cao hiệu quả kinh doanh của các doanh nghiệp và thúc đẩy sự phát triển bền vững của ngành sản xuất – kinh doanh rau quả Vùng KTTĐPN nói riêng cũng như của Việt Nam nói chung. Luận án được nghiên cứu nhằm làm rõ các vấn đề nêu trên.

## **1.2. Mục tiêu**

### **1.2.1. Mục tiêu tổng quát**

Xác định tiêu chí đánh giá sự phát triển của chuỗi liên kết rau quả tươi xuất khẩu, trên cơ sở đó, đo lường và đánh giá thực trạng phát triển của các mô hình chuỗi liên kết rau quả tươi xuất khẩu vùng KTTĐPN. Từ đó, gợi ý các chính sách và biện pháp nhằm thúc đẩy phát triển các chuỗi liên kết rau quả tươi xuất khẩu vùng KTTĐPN nói riêng và ở Việt Nam nói chung.

### **1.2.2. Mục tiêu cụ thể**

Luận án nhằm vào 4 mục tiêu cụ thể sau đây:

- Hệ thống hóa các khái niệm chuỗi liên kết, phân loại, điều kiện thực hiện, ưu và nhược điểm của các chuỗi liên kết.
- Mô tả thực trạng chuỗi liên kết rau quả tươi xuất khẩu Vùng KTTĐPN.
- Đo lường mức độ ảnh hưởng của các yếu tố nội bộ đến hiệu quả kinh doanh chuỗi liên kết rau quả tươi xuất khẩu Vùng KTTĐPN.
- Hàm ý chính sách để phát triển chuỗi liên kết rau quả tươi xuất khẩu Vùng KTTĐPN.

## **1.3. Câu hỏi nghiên cứu**

Luận án nhằm trả lời các câu hỏi nghiên cứu như sau:

- Bản chất của chuỗi liên kết và những rào cản trong xuất khẩu rau quả tươi của Vùng KTTĐPN là gì?

- Đặc điểm, bản chất, vai trò và các mối tương quan của các thành phần tham gia chuỗi liên kết rau quả tươi xuất khẩu như thế nào?

- Các yếu tố tác động đến sự hình thành và hoạt động của chuỗi liên kết xuất khẩu rau quả tươi Vùng KTTĐPN ra sao?

- Mức độ ảnh hưởng của các yếu tố nội bộ đến hiệu quả kinh doanh chuỗi liên kết rau quả tươi xuất khẩu Vùng KTTĐPN như thế nào?

- Cơ sở khoa học, điều kiện thực hiện và các hàm ý chính sách được đề xuất để phát triển chuỗi liên kết rau quả tươi xuất khẩu trên Vùng KTTĐPN để đảm bảo sự phát triển ổn định và bền vững bao gồm những nội dung gì?

#### **1.4. Đối tượng và phạm vi nghiên cứu**

*Đối tượng nghiên cứu:* tập trung nghiên cứu chuỗi liên kết rau quả tươi xuất khẩu vùng KTTĐPN trong mối tương quan với việc nâng cao giá trị xuất khẩu nông sản Việt Nam.

*Đối tượng khảo sát:* các nhân tố thành phần chính trong chuỗi liên kết rau quả tươi xuất khẩu, bao gồm hộ nông dân, hợp tác xã/tổ hợp tác sản xuất – kinh doanh rau quả tươi, công ty sản xuất, người thu mua, vận chuyển, người sơ chế, đóng gói và công ty xuất khẩu.

*Phạm vi không gian:* luận án tập trung Vùng kinh tế trọng điểm phía nam bao gồm 8 tỉnh/ thành phố: TP Hồ Chí Minh, Bà Rịa – Vũng Tàu, Bình Dương, Bình Phước, Đồng Nai, Tây Ninh, Long An, Tiền Giang.

*Phạm vi thời gian:* Các số liệu thứ cấp liên quan đến tổng quan kinh tế - xã hội vùng KTTĐPN và tình hình xuất khẩu rau quả tươi của Việt Nam so sánh với thế giới được thu thập để phân tích trong giai đoạn từ 2004 đến 2016. Các số liệu sơ cấp trong bảng khảo sát thu thập kết quả sản xuất – kinh doanh của các đối tượng điều tra được thực hiện trong năm 2016.

### **1.5. Điểm mới của luận án**

Nghiên cứu chuỗi liên kết rau quả tươi xuất khẩu trên qui mô Vùng. Qua đó, tìm hiểu sâu về bản chất của chuỗi liên kết, thấy rõ những rào cản trong xuất khẩu rau quả tươi.

Xây dựng mô hình thực nghiệm về các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động của chuỗi liên kết rau quả tươi Vùng KTTĐPN. Đo lường được mức độ ảnh hưởng của các yếu tố nội bộ đến hiệu quả kinh doanh của các chủ thể thông qua chỉ tiêu lợi nhuận.

Xác định các mối tương quan trong chuỗi, ảnh hưởng tác động của các yếu tố đối với hiệu quả chuỗi liên kết rau quả tươi xuất khẩu của Vùng KTTĐPN.

## **TÓM TẮT CHƯƠNG 1**

Chương 1 giới thiệu những vấn đề cơ bản về luận án, cho thấy sự cần thiết của việc nghiên cứu về chuỗi liên kết rau quả tươi xuất khẩu thông qua chỉ số RCA cũng như tầm quan trọng của chuỗi liên kết trong việc nâng cao giá trị xuất khẩu rau quả tươi. Các thông tin chung về các nghiên cứu trong và ngoài nước cho thấy vấn đề liên kết trong sản xuất – kinh doanh nông sản được các nhà nghiên cứu rất quan tâm, cụ thể sẽ được trình bày chi tiết tại Chương 2. Ngoài ra, tác giả cũng xác định mục tiêu chung và 4 mục tiêu cụ thể; phạm vi và đối tượng khảo sát; các câu hỏi nghiên cứu và điểm mới của luận án. Chương 1 chủ yếu giới thiệu những vấn đề mang tính đề dẫn cho phần phân tích và nội dung trao đổi ở các chương sau.

## **CHƯƠNG 2.**

### **CƠ SỞ LÝ THUYẾT VỀ CHUỖI LIÊN KẾT TRONG XUẤT KHẨU NÔNG SẢN**

#### **2.1. Các khái niệm liên quan**

Liên kết kinh tế được xem là hình thức hợp tác và phối hợp của các doanh nghiệp, các tổ chức có liên quan với nhau để thực hiện những biện pháp nhằm thúc đẩy các hoạt động sản xuất - kinh doanh theo chiều hướng có lợi cho các doanh nghiệp hoặc các thành viên tham gia trong chuỗi. Thông qua việc tận dụng tiềm năng hoặc những điểm mạnh của các bên tham gia, các hoạt động liên kết được thực hiện nhằm phát huy những điểm mạnh, khắc phục những điểm yếu và khai thác được các tiềm năng, lợi thế của các thành viên tham gia chuỗi. Giải thích theo một cách khác, liên kết kinh tế được xem như là một thể chế kinh tế nhằm thực hiện một kiểu phối hợp hành động giữa các chủ thể kinh tế độc lập tự chủ với nhau, một cách tự nguyện, thỏa thuận, đôi bên cùng có lợi và tin tưởng lẫn nhau; ràng buộc lẫn nhau theo một kế hoạch hoặc qui chế định trước, dài hạn hoặc thường xuyên; nhằm ổn định và nâng cao hiệu quả kinh tế. Liên kết kinh tế giống như thiết kế và hình thành một tổ chức có qui mô lớn hơn với nhiều sức mạnh hơn khi thực hiện các hoạt động sản xuất - kinh doanh. Trong luận án, một số khái niệm được định nghĩa để thống nhất về nội hàm và bản chất của vấn đề, bao gồm:

##### **2.1.1. Chuỗi giá trị**

Khái niệm và phương pháp chuỗi giá trị được Micheal Porter đưa ra vào những năm 1980 trong cuốn sách “Lợi thế cạnh tranh: Tạo lập và duy trì thành tích vượt trội trong kinh doanh” xuất bản vào năm 1985, được dịch sang tiếng Việt vào năm 2009. Khái niệm về giá trị gia tăng trong khuôn khổ chuỗi giá trị được coi như là yếu tố để tạo nên và duy trì lợi thế cạnh tranh bền vững của một tổ chức trong kinh doanh ở thế kỷ 21. Theo Micheal Porter, khái niệm chuỗi giá trị được sử dụng nhằm giúp các doanh nghiệp có thể tìm ra các lợi thế cạnh tranh (thực tế và tiềm

năng) của mình. Ông cho rằng, một công ty có thể cung cấp cho khách hàng một sản phẩm hay một dịch vụ có giá trị tương đương với đối thủ cạnh tranh của mình với chi phí thấp hơn hoặc chi phí cao hơn nhưng có những đặc tính mà khách hàng mong muốn. Porter đã lập luận rằng, nếu nhìn vào một doanh nghiệp như là một tổng thể những hoạt động, những quá trình thì khó, thậm chí là không thể, tìm ra được một cách chính xác lợi thế cạnh tranh của họ là gì. Nhưng điều này có thể thực hiện được dễ dàng khi phân tách thành những hoạt động bên trong. Theo cách đó, Porter phân biệt rõ giữa các hoạt động cơ bản hay những hoạt động chính, trực tiếp góp phần tăng thêm giá trị cho sản xuất hàng hóa (hoặc dịch vụ) và các hoạt động hỗ trợ có ảnh hưởng gián tiếp đến giá trị cuối cùng của sản phẩm. Khái niệm chuỗi giá trị của Micheal Porter đề cập đến ở trên chỉ tập trung nghiên cứu ở qui mô của doanh nghiệp, thì Kaplinsky và Morris (2000) lại mở rộng ở phạm vi của chuỗi giá trị. Theo các tác giả này, chuỗi giá trị là tập hợp các hoạt động bao gồm sản phẩm từ khi mới chỉ là ý tưởng, qua các giai đoạn sản xuất khác nhau, phân phối đến người tiêu dùng và cuối cùng là vứt bỏ sau khi sử dụng [50, tr.4]

Ngoài ra, theo Springer-Heinze (2007), chuỗi giá trị là một loạt các hoạt động kinh doanh (hay chức năng) có quan hệ với nhau, từ việc cung cấp các đầu vào cụ thể cho một sản phẩm nào đó, đến sơ chế, chuyển đổi, marketing, đến việc cuối cùng là bán sản phẩm đó cho người tiêu dùng (đây là quan điểm *theo chức năng* đối với chuỗi giá trị). Là một loạt các doanh nghiệp (nhà vận hành) thực hiện các chức năng, tức nhà sản xuất, nhà chế biến, nhà buôn bán, và nhà phân phối một sản phẩm cụ thể nào đó. Các doanh nghiệp kết nối với nhau bằng một loạt các giao dịch kinh doanh trong đó sản phẩm được chuyển từ tay nhà sản xuất sơ chế đến tay người tiêu dùng cuối cùng. Theo thứ tự các chức năng và các nhà vận hành, chuỗi giá trị sẽ bao gồm một loạt các đường dẫn trong chuỗi (hay còn gọi là khâu). Có thể thấy chuỗi giá trị là chuỗi của các hoạt động. Sản phẩm đi qua tất cả các hoạt động của các chuỗi theo thứ tự và tại mỗi hoạt động sản phẩm thu được một số giá trị nào đó. Chuỗi các hoạt động cung cấp cho các sản phẩm nhiều giá trị gia tăng hơn tổng giá trị gia tăng của tất cả các hoạt động cộng lại, là một loạt các hoạt động kinh doanh

(hay chức năng) có quan hệ với nhau, từ việc cung cấp các đầu vào cụ thể cho một sản phẩm nào đó, đến sơ chế, chuyển đổi, marketing đến việc cuối cùng là bán sản phẩm đó cho người tiêu dùng. Kaplinsky & Morris (2000) cho rằng chuỗi giá trị mô tả toàn bộ những hoạt động cần thiết để đưa một sản phẩm hay dịch vụ từ khái niệm, đi qua các công đoạn sản xuất khác nhau (liên quan đến việc kết hợp giữa chuyển hóa vật chất và đầu vào các dịch vụ sản xuất khác nhau), đưa đến người tiêu dùng sau cùng, và bố trí sau sử dụng. Trong đó, các tác giả cũng phân biệt chuỗi giá trị đơn giản và chuỗi giá trị mở rộng, cũng như đưa ra khái niệm *filière* (từ tiếng Pháp có nghĩa là ‘sợi chỉ’) tương tự với chuỗi giá trị trong một vài khía cạnh. Khái niệm này được sử dụng để mô tả dòng đầu vào vật chất và dịch vụ trong quá trình sản xuất ra một sản phẩm sau cùng (hàng hóa hay dịch vụ). Cách tiếp cận này có các đặc điểm chính là: (i) tập trung vào những vấn đề của các mối quan hệ định lượng và vật chất trong chuỗi; (ii) Sơ đồ hóa các dòng chảy vật chất; (iii) Sơ đồ hóa các quan hệ chuyên dạng sản phẩm.

Như vậy, trong nghiên cứu này, khái niệm chuỗi giá trị hàng nông sản được tiếp cận là tập hợp các hoạt động từ người sản xuất đến người tiêu dùng gồm các tác nhân sau: (i) nông dân sản xuất ra nông sản, (ii) người thu mua, (iii) người chế biến, (iv) người tiêu thụ. Ngoài ra còn có sự tham gia của các nhà hỗ trợ và thúc đẩy chuỗi như các nhà khoa học, nhà cung ứng lao động, các tổ chức tài chính và tín dụng, các tổ chức chính phủ và tư nhân... Phân tích chuỗi giá trị và tổ chức quan hệ liên kết của các chủ thể trong một chuỗi giá trị là 2 nội dung có mối quan hệ tương hỗ với nhau; cần được xem xét một cách tổng thể chứ không tách rời.

Bảng 2.1: Các hoạt động trong chuỗi giá trị

| Hoạt động        | Khâu             | Hoạt động liên quan                                                                                                          |
|------------------|------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Hoạt động sơ cấp | Logistic đầu vào | Quản lý nguyên vật liệu, lưu kho, quản lý tồn kho, lập lịch trình hoạt động cho các phương tiện và hoàn trả cho nhà cung cấp |
|                  | Vận hành         | Các hoạt động liên quan đến chuyển hoá các đầu vào, hình thành sản phẩm sau cùng                                             |
|                  | Logistic đầu ra  | Tồn kho thành phẩm, quản lý vật liệu, vận hành các phương tiện phân phối, qui trình đặt hàng, xây dựng                       |

| Hoạt động        | Khâu                    | Hoạt động liên quan                                                                                                  |
|------------------|-------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Hoạt động hỗ trợ |                         | lich làm việc                                                                                                        |
|                  | Marketing và bán hàng   | Quảng cáo, khuyến mãi, bán hàng, báo giá, lựa chọn kênh phân phối, quan hệ giữa các kênh phân phối, định giá         |
|                  | Dịch vụ                 | Lắp đặt, sửa chữa, huấn luyện, cung cấp phụ tùng và điều chỉnh sản phẩm                                              |
|                  | Thu mua                 | Thu mua nguyên vật liệu thô, các nguồn cung ứng và sản phẩm tiêu thụ khác                                            |
|                  | Phát triển công nghệ    | Bí quyết, qui trình, công nghệ                                                                                       |
|                  | Quản trị nguồn nhân lực | Tuyển dụng, thuê lao động, huấn luyện, phát triển và thu nhận                                                        |
|                  | Cơ sở hạ tầng           | Quản trị tổng quát, lập kế hoạch, tài chính, kế toán, pháp lý, công tác với các cơ quan nhà nước, quản lý chất lượng |

*Nguồn: Springer-Heinze, A. (2007)*

#### 2.1.1.1. Vai trò phân tích chuỗi giá trị

Phân tích chuỗi giá trị giúp các doanh nghiệp xác định và hiểu chi tiết hơn các công đoạn trong chuỗi giá trị của sản phẩm, từ đó doanh nghiệp có thể xác định được lợi thế cạnh tranh đang nằm ở công đoạn nào để có chiến lược đối với sự phát triển sản phẩm dựa trên lợi thế cạnh tranh sẵn có. Có thể nói rằng, khi xu hướng toàn cầu hóa ngày càng tăng lên mạnh mẽ, kéo theo là xu hướng chuyên môn hóa, việc phân tích chuỗi giá trị là một đòi hỏi tất yếu để các tổ chức có thể xác định được những điểm mạnh và điểm yếu của mình. Đặc biệt trong bối cảnh hội nhập kinh tế, khi việc tận dụng các nguồn lực sẵn có là vấn đề ưu tiên, phân tích chuỗi giá trị thực sự là hữu ích đối với các doanh nghiệp

*Cải tiến hoạt động:* Việc hiểu rõ chuỗi giá trị giúp các doanh nghiệp hoàn thiện hay nâng cấp những hoạt động. Trên cơ sở hiểu rõ những điểm mạnh, điểm yếu của các yếu tố có liên quan đến chuỗi giá trị bao gồm doanh thu, chi phí, lợi nhuận, công nghệ, kiến thức, lao động, ... cũng như hiểu rõ về hiệu quả của quá trình cung cấp sản phẩm hay dịch vụ, doanh nghiệp sẽ có những điều chỉnh đối với những yếu tố này nhằm tạo ra hiệu quả hoạt động cao hơn.

*Tạo cơ hội đánh giá lại năng lực:* Phân tích chuỗi giá trị là cơ hội đánh giá lại năng lực của doanh nghiệp thông qua việc phân tích các yếu tố liên quan bao gồm chi phí, lợi nhuận, công nghệ, kiến thức, lao động,... Việc phân tích chuỗi giá trị là thực sự cần thiết bởi nó giúp doanh nghiệp nhận rõ đặc điểm của từng công đoạn trong chuỗi giá trị cũng như hiệu quả hay giá trị gia tăng được tạo ra trong công đoạn đó. Kết quả là doanh nghiệp sẽ có những đánh giá cả chủ quan và khách quan về hiệu quả của việc thực hiện công đoạn này, qua đó tạo cơ sở cho việc xây dựng chiến lược hoạt động cho doanh nghiệp.

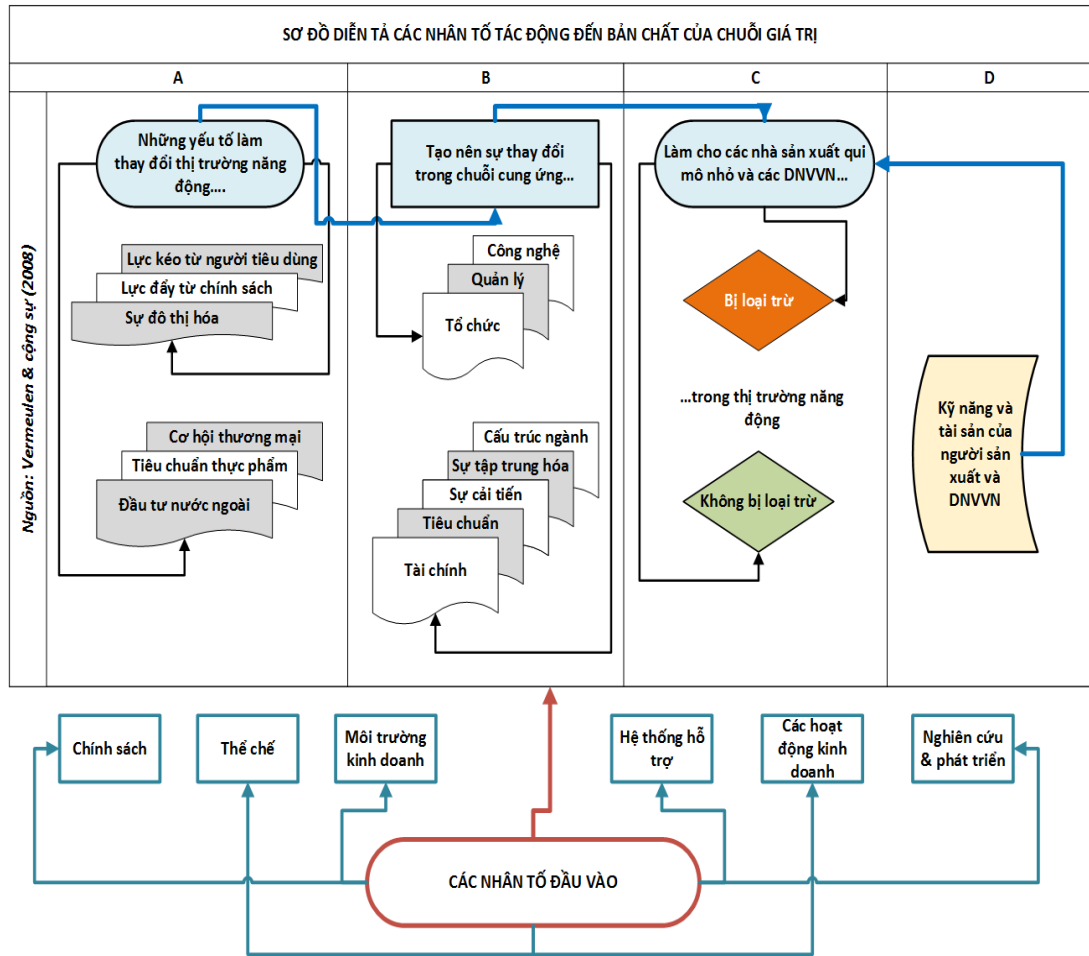
*Phân phối thu nhập hợp lý:* Phân tích chuỗi giá trị giúp doanh nghiệp thực hiện việc phân phối thu nhập hợp lý. Bằng cách lập sơ đồ những hoạt động trong chuỗi, một phân tích chuỗi giá trị phân tích tổng thu nhập của một chuỗi giá trị thành những khoản mà các bên khác nhau trong chuỗi giá trị nhận được. Để có được những đánh giá khách quan về sự đóng góp của các đối tượng tham gia vào chuỗi giá trị, việc phân tích chuỗi giá trị là cách duy nhất để có được những thông tin đó.

*Cân bằng quyền lực:* Một phân tích chuỗi giá trị có thể làm sáng tỏ việc các chủ thể tham gia vào các công đoạn của chuỗi, doanh nghiệp, vùng và quốc gia được kết nối với nhau và kết nối với nền kinh tế toàn cầu như thế nào. Việc xem xét các mối liên kết trong chuỗi giá trị (xác định liên kết, nguyên nhân của liên kết và lợi ích của liên kết) chính là cơ sở để các doanh nghiệp tăng cường hay củng cố các mối liên kết giữa những chủ thể tham gia chuỗi nhằm tạo ra hiệu quả hoạt động cao hơn. Trong bối cảnh hiện nay, khi mức độ tham gia của các doanh nghiệp trên các thị trường thay đổi do thị trường xáo trộn, thì việc xem xét những mối liên kết này thực sự cần thiết và là cơ sở để đưa ra những quyết định chiến lược về việc thâm nhập, gìn giữ hay phát triển thị trường.

### **2.1.1.2. Các nhân tố tác động đến bản chất của chuỗi giá trị**

Phân tích chuỗi giá trị là một phương pháp có hệ thống nhằm nghiên cứu sự phát triển của lợi thế cạnh tranh của một đối tượng nào đó. Micheal Porter cho rằng, khi phân tích chuỗi giá trị cần chú ý đến hai yếu tố cấu thành quan trọng là các hoạt động khác nhau và các mối liên kết trong chuỗi giá trị. Đối với các hoạt động khác nhau, ông đã chia ra thành hai loại là: các hoạt động chính (hậu cần bên trong, các hoạt động tác nghiệp, hậu cần bên ngoài, marketing và bán hàng và dịch vụ) và các hoạt động hỗ trợ (quản lý nguồn nhân lực, mua hàng, phát triển công nghệ, ...). Việc chia hệ thống thành các hoạt động hay các chức năng như vậy đòi hỏi các hoạt động hay chức năng này cần được xem xét trong mối quan hệ qua lại nội bộ tổ chức

Theo nghiên cứu của Trung tâm nghiên cứu và phát triển – đại học Wagennigen về mở rộng chuỗi giá trị đối với việc phát triển thị trường nông sản không loại trừ, tức các nông hộ, HTX là thành phần tham gia tích cực trong chuỗi chứ không bị đưa ra khỏi chuỗi theo phương thức loại trừ [65, tr.2]. Các nhân tố đầu vào bao gồm: chính sách, Thể chế, Mô hình kinh doanh, Các hành động tập thể, Hệ thống hỗ trợ, Nghiên cứu và phát triển... Những yếu tố tác động làm thay đổi thị trường một cách năng động bao gồm: lực kéo từ người tiêu dùng, Lực đẩy từ chính sách, Sự đô thị hóa, Cơ hội thương mại, Tiêu chuẩn thực phẩm, Đầu tư nước ngoài... đã tạo nên sự thay đổi trong chuỗi cung ứng, cụ thể về công nghệ, quản lý tổ chức, cấu trúc ngành, sự tập trung hóa, sự cải tiến, tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm, tài chính... Các tác động này làm cho các nhà sản xuất qui mô nhỏ, các DNVVN, các HTX đi theo 2 hướng: bị loại trừ và không bị loại trừ (bao gồm). Trong đó, kỹ năng và tài sản của người sản xuất qui mô nhỏ, các DNVVN cũng tác động đến xu hướng bị loại trừ và không bị loại trừ (bao gồm).



Hình 2.1: Sơ đồ diễn tả các nhân tố tác động đến bản chất của chuỗi giá trị

*Nguồn: Vermeulen & cộng sự (2008)*

Bảng 2.2: Những giai đoạn phát triển của các cấp độ tập trung thị trường



|  | <b>THỊ TRƯỜNG PHÂN MẢNH</b>                                                                                                                                            | ..... | <b>THỊ TRƯỜNG MỚI NỔI</b>                                                                                                                                                                                             | ..... | <b>THỊ TRƯỜNG TRƯỞNG THÀNH</b>                                                                                                                                                                                                                                                                | ..... | <b>THỊ TRƯỜNG VỮNG CHẮC</b>                                                                                                                                                                                                                                                                        | .... |
|--|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
|  | Ví dụ: Pakistan, Ấn Độ, Nam Sahara Châu Phi...                                                                                                                         |       | Ví dụ: Việt Nam, Trung Quốc, Nicaragua                                                                                                                                                                                |       | Ví dụ: Nam Phi, Mexico, Thái Lan, Hàn Quốc                                                                                                                                                                                                                                                    |       | Ví dụ: Hoa Kỳ, Tây Âu, Brazil                                                                                                                                                                                                                                                                      |      |
|  | <b>Đặc trưng chủ yếu:</b><br>Thị trường bán sỉ và bán lẻ truyền thống lớn, nhiều cửa hàng bán lẻ nhỏ, độc lập, công nghệ thấp<br><b>Độ tập trung thị trường &lt;5%</b> | ..... | <b>Đặc trưng chủ yếu:</b><br>Thị trường bán sỉ và bán lẻ truyền thống lớn, nhiều cửa hàng bán lẻ, outlet nhỏ, độc lập, công nghệ thấp, các nhà cung cấp chuyên biệt tận tụy<br><b>Độ tập trung thị trường &lt;20%</b> | ..... | <b>Đặc trưng chủ yếu:</b><br>Những nhà bán lẻ cấp vùng, quốc gia và toàn cầu. 1 số nguồn cung lấy từ chợ sỉ truyền thống. Tăng những nhà cung cấp dịch vụ chuyên biệt. những nhà cung cấp dịch vụ được ưa thích. Áp dụng công nghệ với nhiều mức độ<br><b>Độ tập trung thị trường &gt;45%</b> | ..... | <b>Đặc trưng chủ yếu:</b><br>Chuỗi thị trường hội nhập thẳng đứng đầy đủ, bao gồm các nhà cung cấp logistics chuyên biệt, công nghệ cao, nguồn cung cấp toàn cầu, giảm hoặc thay đổi vai trò của chợ sỉ truyền thống, tăng các nhà bán lẻ nhỏ chuyên sâu<br><b>Độ tập trung thị trường &gt;65%</b> | .... |

Nguồn: Vermeulen & cộng sự (2008)

### 2.1.2. Chuỗi cung ứng

Khái niệm cơ bản của chuỗi cung ứng cũng tương tự như chuỗi giá trị. Sự khác biệt là ở chỗ chuỗi cung ứng nói đến một loạt các chức năng sản xuất (đầu chuỗi) và marketing (cuối chuỗi) của các doanh nghiệp tư nhân, chủ yếu là các công ty đầu mối. Do đó, quản lý chuỗi cung ứng là một công cụ quản lý kinh doanh hơn

là một khái niệm phát triển. Chuỗi cung ứng quan tâm đến các vấn đề hậu cần hơn là việc phát triển thị trường (Springer-Heinze, A., 2007) [61 tr.14]

Chuỗi cung ứng là một hệ thống các tổ chức, con người, hoạt động, thông tin và các nguồn lực liên quan tới việc chuyển sản phẩm hay dịch vụ từ nhà cung cấp (chuỗi cung ứng) đến khách hàng. Hoạt động chuỗi cung ứng liên quan đến chuyển đổi các tài nguyên thiên nhiên, nguyên liệu và các thành phần thành một sản phẩm hoàn chỉnh để giao cho khách hàng cuối cùng. Trong các hệ thống chuỗi cung ứng phức tạp, các sản phẩm được sử dụng có thể tái nhập vào chuỗi cung ứng tại bất kỳ điểm nào giá trị còn lại có thể tái chế được.

Những người tham gia chuỗi cung ứng bao gồm người cung cấp dịch vụ, người cung cấp các yếu tố đầu vào, người sản xuất, người thu gom, người vận chuyển, người bán buôn, người bán lẻ và người tiêu dùng. Một người tham gia vào các bước liên tiếp của chuỗi cung ứng đều được kỳ vọng là đóng góp thêm giá trị cho chuỗi và hình thành một chuỗi giá trị trong dây chuyền cung ứng. Chẳng hạn người thu gom thông qua việc gom hàng hoá lại thành một số lượng lớn hơn, sau khi làm sạch và phân loại sản phẩm sẽ đóng góp giá trị cho chuỗi cung ứng. Các hoạt động của những người tham gia chuỗi cung ứng không chỉ liên quan đến dòng chu chuyển hàng hoá mà còn bao gồm cả các dòng thông tin cũng như các dòng tài chính kèm theo.

Chuỗi cung ứng không chỉ có lợi cho doanh nghiệp trực tiếp tham gia, mà còn kích thích sự phát triển bền vững kinh tế, môi trường, xã hội trong một khu vực hay quốc gia. Có thể phát triển chuỗi cung ứng xuyên quốc, ví dụ, kích thích sự phát triển của địa phương về công - nông nghiệp, tạo việc làm, sản xuất thực phẩm, gia tăng giá trị cho các sản phẩm, giới thiệu công nghệ mới, giảm thiệt hại, tăng kim ngạch xuất khẩu và cải thiện an toàn thực phẩm dinh dưỡng bằng cách kết nối đối tác trong chuỗi thông qua các hoạt động của họ.

Tuy nhiên, các nhà sản xuất quy mô nhỏ lo ngại rằng, họ đang ở trong một vị trí bất lợi trong thị trường mới. Các nhà sản xuất thường là những nhóm lớn trong chuỗi cung ứng. Hầu hết các hoạt động quy mô nhỏ, sử dụng kỹ thuật truyền thống, phụ thuộc vào lao động gia đình và có ít vốn đầu tư. Các nhà sản xuất tiếp cận vốn, công nghệ và có sự chuẩn bị tốt có thể đạt được vị trí tốt nhất để gặt hái thành công. Sự cạnh tranh gia tăng, sản xuất quy mô nhỏ, lẽ sẽ cho kết quả ngược lại.

Để nắm bắt những cơ hội mới cho thương mại và doanh thu, các đối tác trong chuỗi ở các nước đang phát triển - sản xuất, chế biến và xuất khẩu - phải đáp ứng yêu cầu về an toàn, chất lượng và tiêu chuẩn của nhà nhập khẩu và nhà bán lẻ. Để đạt được điều này, đầu tiên họ cần phải hiểu thị trường, lập kế hoạch chiến lược hoạt động của mình, tiếp cận với biện pháp để cải thiện sản phẩm và nâng cấp hệ thống sản xuất. Trên hết, để thu được lợi nhuận từ những cơ hội trên, các đối tác trong chuỗi ở nước đang phát triển và các nền kinh tế mới phải chuyển định hướng từ nội địa đến thị trường bên ngoài. Đây là một thách thức lớn.

Trên thế giới, có rất nhiều nước tham gia trong chuỗi cung ứng nông sản. Thượng nguồn là các nhà cung ứng vật tư nông nghiệp, đến sản xuất, các hợp tác xã, trang trại và hạ nguồn là các nhà phân phối, các kênh tiêu thụ bán lẻ. Do yêu cầu đa dạng và do tính mùa vụ của rau quả (nhất là trái cây, cây công nghiệp), cộng thêm sự khác biệt về thổ nhưỡng và khí hậu, thời tiết đã tạo nên những chủng loại rau quả đặc trưng của các vùng miền. Với sự phát triển của khoa học công nghệ, việc cung ứng nông sản không chỉ diễn ra ở những quốc gia có điều kiện thiên nhiên thuận lợi mà còn diễn ra ở những quốc gia có điều kiện khí hậu, thổ nhưỡng khắc nghiệt hơn. Một phần đáp ứng nhu cầu đa dạng của người tiêu dùng, một phần bảo đảm thu nhập cho người sản xuất nông nghiệp mà phần đông là người có thu nhập thấp trong xã hội và ổn định chính trị - xã hội của một quốc gia.

### 2.1.3. Chuỗi liên kết

Mighell & Lawrence (1963) đã giải thích thuật ngữ “sự phối hợp theo chiều dọc” như sau: “... Bao gồm tất cả các phương cách hài hòa các giai đoạn theo chiều dọc của sản xuất và tiếp thị. Hệ thống giá cả - thị trường, hội nhập theo chiều dọc, hợp đồng, và hợp tác đơn lẻ hoặc kết hợp là một số phương tiện phối hợp khác”. Trong khuôn khổ định nghĩa ngắn gọn này, khái niệm phối hợp dọc bao gồm một loạt liên tục của các khả năng, từ các giao dịch giao ngay trên thị trường mở đầu, thông qua hội nhập hoàn toàn theo chiều dọc ở đầu bên kia và bao gồm cả các liên minh chiến lược, liên doanh, hợp đồng khoán... luôn luôn có một số hình thức phối hợp theo chiều dọc, được dẫn dắt bởi các tín hiệu giá cả trong một thị trường giao ngay hoặc bởi sự kết hợp của các yếu tố đã xác định trước trong một tình huống theo hợp đồng. Ba động lực chính thúc đẩy các đối tác chuỗi cung ứng hợp tác, đó là: phân chia thị trường, nhu cầu của người tiêu dùng và chiến lược chi phí thấp. Đặc biệt là các đối tác trong chuỗi ở các nước đang phát triển, những người muốn tham gia vào thị trường toàn cầu (ở xa thị trường), hợp tác chuỗi cung ứng là vô cùng quan trọng để kết nối với thị trường, nhu cầu của người tiêu dùng, luồng thông tin, hàng hóa, công nghệ, vốn và hạn chế chi phí giao dịch.

Theo Quyết định Thủ tướng Chính phủ (2013) về chính sách khuyến khích phát triển liên kết, hợp tác trong sản xuất và tiêu thụ sản phẩm nông nghiệp, khái niệm Liên kết chuỗi giá trị được gọi là hình thức liên kết trong sản xuất nông nghiệp theo chuỗi từ cung ứng vật tư, dịch vụ đầu vào, sản xuất, sơ chế hoặc chế biến gắn với tiêu thụ sản phẩm nông nghiệp. Chuỗi liên kết thực chất là liên kết chuỗi giá trị được gọi một cách ngắn gọn. Đối với khái niệm chuỗi liên kết, ngoài hệ thống các tổ chức, con người, hoạt động, thông tin và các nguồn lực liên quan tới việc chuyển sản phẩm hay dịch vụ từ nhà cung cấp đến khách hàng như chuỗi cung ứng, chuỗi liên kết còn bao gồm cả vấn đề về tổ chức và điều phối, chiến lược và mối quan hệ quyền lực của các tác nhân khác nhau trong chuỗi. Chuỗi liên kết còn gắn liền với những nhà nghiên cứu quan tâm đến các khía cạnh xã hội và môi

trường. Do đó, sự thiết lập hoặc hình thành các chuỗi liên kết có thể tác động đến nguồn tài nguyên thiên nhiên (nước, đất...), có thể làm ảnh hưởng đến môi trường sống xã hội và tiêu chuẩn truyền thống.

Như vậy, ngoài những yếu tố chính của chuỗi cung ứng, khái niệm chuỗi liên kết còn bao gồm các vấn đề rộng hơn, đó là tổ chức, điều phối, chiến lược và mối quan hệ quyền lực của các tác nhân khác nhau trong chuỗi.

### **2.1.3.1. Các hình thức của chuỗi liên kết**

Căn cứ theo quan hệ kinh tế - kỹ thuật, có 3 loại hình liên kết: liên kết dọc, liên kết ngang và liên kết hỗn hợp

#### **(1) Liên kết theo chiều dọc (liên kết dọc)**

Là cách tập trung nguồn lực từ các lĩnh vực khác nhau, như liên kết giữa nhà sản xuất, đơn vị bảo quản, nhà chế biến trong ngành sản xuất và xuất khẩu; liên kết giữa các đơn vị sản xuất các lĩnh vực khác nhau trong một ngành... Đây là liên kết giữa các khâu, các công đoạn trong quá trình đưa sản phẩm từ sản xuất đến tay người tiêu dùng. Những người tham gia chuỗi sẽ bầu ra đại diện cho các khâu cung ứng vật tư, tổ chức sản xuất, tổ chức thu mua, chế biến, tổ chức bảo quản và tiêu thụ sản phẩm. Thông qua đại diện của mình, những nhóm chuyên sản xuất, hay tiêu thụ sẽ gắn kết thành mắt xích của một dây chuyền. Đẩy mạnh chuyên môn hoá, chuyên nghiệp hoá sẽ tạo điều kiện để người nông dân đầu tư phát triển công nghệ, kỹ thuật.

Liên kết theo chiều dọc thể hiện một số ưu điểm, đó là: (i) Kết hợp được ưu thế và sở trường của các nhân tố tham gia trong chuỗi liên kết từ nhiều lĩnh vực khác nhau, làm cho chuỗi liên kết trở nên linh hoạt và năng động hơn trong vai trò là một mắt xích trong chuỗi cung ứng toàn cầu; (ii) Chia sẻ được trách nhiệm, rủi ro và quyền lợi, cũng như đảm bảo lợi ích của các nhân tố tham gia trong chuỗi; (iii) Nâng cao khả năng cạnh tranh và hiệu quả trong việc giới thiệu sản phẩm và năng

lực cung ứng, tăng cường hiệu quả tiếp thị đến các nhà nhập khẩu, các nhà phân phối, các người mua hàng trên thế giới; và (iv) Tạo sự an tâm cho các nhà phân phối cũng như người tiêu dùng do có thể truy xuất được nguồn gốc sản phẩm.

Tuy nhiên, liên kết theo chiều dọc cũng bộc lộ một số điểm yếu như: (i) Việc phân chia quyền lợi, rủi ro và trách nhiệm giữa các thành viên trong chuỗi liên kết chưa được phân định rõ ràng theo công sức đóng góp cũng như mức độ rủi ro; (ii) Vẫn còn tình trạng thiếu tin tưởng lẫn nhau giữa các thành viên dẫn đến sự hợp tác giữa các thành viên trong chuỗi chưa được chặt chẽ; (iii) Hệ thống và công nghệ kiểm soát chất lượng cũng như truy xuất nguồn gốc sản phẩm, trách nhiệm của từng khâu, công đoạn hoặc các thành viên trong chuỗi còn hạn chế. Trong thực tế hiện nay, việc truy xuất nguồn gốc sản phẩm nông nghiệp đã bắt đầu có sự quan tâm của nhiều cấp quản lý nhà nước và doanh nghiệp, tuy nhiên việc ứng dụng vẫn còn hạn chế, chưa được phổ biến rộng rãi.

## **(2) Liên kết theo chiều ngang (liên kết ngang)**

Là liên kết giữa các nhà cung ứng có các sản phẩm dịch vụ tương đối giống nhau hay cùng ở trong một ngành, như giữa các doanh nghiệp xuất khẩu thủy sản; giữa các doanh nghiệp xuất khẩu gạo... Về liên kết trong ngành nông nghiệp, liên kết chiều ngang là nhiều hộ cá thể hợp lại với nhau thành những tổ chức kinh tế hợp tác. Họ cùng nhau sản xuất với sự thống nhất về công nghệ, cách thức thu hoạch và chế biến... để trong cùng thời gian đưa ra một loại sản phẩm đồng nhất với khối lượng đủ lớn, cung cấp đủ số lượng theo yêu cầu của người mua hàng. Thành viên nào vi phạm các quy định đó sẽ không đủ điều kiện để tham gia tiếp tục.

Trong một thời gian dài, liên kết theo chiều ngang được xem là một phương thức tiên tiến của nền kinh tế các nước phát triển. Trên thực tế phương thức này đã đem lại những thành tựu tốt, nhất là: (i) Giảm chi phí sản xuất, kinh doanh cho từng thành viên của tổ/nhóm qua đó tăng lợi ích kinh tế cho từng thành viên của tổ; (ii) Tổ/ nhóm có thể đảm bảo được chất lượng và số lượng cho khách hàng, có thể ký

hợp đồng đầu ra, sản xuất quy mô lớn và phát triển sản xuất, kinh doanh một cách bền vững; (iii) Đảm bảo sự an tâm của các nhà cung cấp khi đầu tư vào sản xuất – kinh doanh cả trong lẫn ngoài nước; (iv) Đảm bảo cho nhà sản xuất có thông tin nhiều nhất và có thể can thiệp vào nhiều các phương diện của nhà cung cấp để đảm bảo nắm rõ cũng như tạo sự ổn định trong hoạt động cung ứng các yếu tố đầu vào phục vụ cho quá trình sản xuất; (v) Nhà cung cấp được cung cấp tài chính, hỗ trợ kỹ thuật từ tập đoàn đối tác nên tăng cường được năng lực cung ứng, nâng cao hiệu quả sản xuất; (vi) Mỗi lợi hai chiều do nhà sản xuất có nguồn cung ổn định về số lượng, đảm bảo về chất lượng và nhà cung cấp yên tâm về đầu ra cũng như hiệu quả đầu tư, tạo liên kết bền vững theo phương thức hai bên cùng có lợi.

Tuy nhiên, liên kết theo chiều ngang cũng đã bộc lộ một số yếu điểm, đáng chú ý nhất là việc tạo ra sức ỳ cho các nhà cung cấp, làm họ trở nên ít năng động hơn và chậm chạp trong việc thay đổi mẫu mã, công nghệ; giảm khả năng, động lực cạnh tranh và đổi mới của các bên; các công ty đầu đàn của cuộc chơi phải dàn trải tài chính ra quá rộng nên thường đuối sức; hiệu quả chưa đạt mức tối ưu.

### **(3) Liên kết hỗn hợp**

Là liên kết giữa các doanh nghiệp, cơ sở sản xuất - kinh doanh về lĩnh vực chuyên môn, khoa học, công nghệ; không phân biệt cùng ngành hay khác ngành. Hiệu quả của các bên phụ thuộc vào chuỗi liên kết, điều này liên quan chặt chẽ tới liên kết kinh doanh giữa các chủ thể trong chuỗi hoặc giữa các bên có liên quan. Để có được liên kết, đòi hỏi phải có điều phối tốt và quản lý hiệu quả trong quá trình ra quyết định và trao đổi. Để tăng giá trị, chuỗi cần phải đáp ứng được nhu cầu của người tiêu dùng và có tính cạnh tranh. Để tạo lập và duy trì được các mối liên kết hiệu quả này, lợi nhuận cần phải được chia sẻ trong chuỗi để khuyến khích các bên tham gia.

Chuỗi liên kết hỗn hợp khắc phục được một số hạn chế của chuỗi liên kết ngang và liên kết dọc do điều phối tốt và quản lý hiệu quả trong quá trình ra quyết

định và trao đổi với sự tham gia tổ chức, điều phối từ các Viện, Trường; các cơ quan quản lý nhà nước có liên quan; các tổ chức tín dụng, tài chính...

Các chủ thể tham gia vào chuỗi đều có mong muốn là tối đa hóa lợi nhuận của mình. Muốn làm được điều này, chủ thể tham gia phải thâm nhập sâu vào chuỗi, nghĩa là thực hiện nhiều hoạt động, giảm chi phí và tăng doanh thu. mức độ lợi nhuận thu được ở từng quá trình/ công đoạn trong chuỗi lại khác nhau. Vì vậy, nếu chủ thể nào đã định vị cho mình ở những hoạt động tạo ra giá trị thấp có thể cải thiện tình hình hình lợi nhuận của mình nhờ việc tăng cường liên kết và dịch chuyển sang những quá trình/ công đoạn tạo ra nhiều giá trị gia tăng hơn.

Mỗi doanh nghiệp tham gia liên kết kinh tế thực hiện một phần công việc nhất định trong qui định ràng buộc về lợi ích cũng như trách nhiệm chẳng hạn như thông qua hợp đồng kinh tế, thỏa thuận kinh tế, cam kết hợp tác,... Nhìn nhận ở một khía cạnh này thì việc liên kết chính là giúp cho các doanh nghiệp đạt được mức năng lực lớn hơn và phân chia rủi ro. Liên kết giúp cho doanh nghiệp phản ứng nhanh với những thay đổi của thị trường, tiếp cận nhanh hơn với thông tin về nhu cầu của khách hàng đồng thời sự kết hợp giữa các doanh nghiệp cũng tạo ra năng lực tốt hơn trong việc triển khai các phương án sản xuất mới để đáp ứng yêu cầu của khách hàng, tiêu thụ sản phẩm được nhanh hơn, tiếp cận nhanh chóng với các công nghệ và kỹ thuật mới, khắc phục những bất lợi về mặt qui mô.

#### **2.1.3.2. Các nguyên tắc cơ bản của chuỗi liên kết**

Tính tự chủ của các bên tham gia chuỗi liên kết được tăng cường khi họ trực tiếp tham gia vào quá trình thiết kế và thực hiện các hoạt động nâng cấp. Xuất phát từ bản chất, đặc điểm và các điều kiện tồn tại, Phan Thị Giác Tâm (2008) [22] đã cho rằng chuỗi liên kết hình thành và phát triển theo ba nguyên tắc cơ bản, đó là nguyên tắc tự nguyện và thỏa thuận, nguyên tắc định trước quá trình phối hợp hoạt động và nguyên tắc chia sẻ lợi ích và rủi ro. Cụ thể:

### **(1) Nguyên tắc tự nguyện và thỏa thuận**

Vấn đề phân chia thị trường, nhu cầu của người tiêu dùng và chiến lược chi phí thấp được xem là 3 động lực chính thúc đẩy các đối tác chuỗi liên kết hợp tác. Cụ thể: (i) sự thay đổi thói quen của người tiêu dùng như sử dụng sản phẩm hữu cơ, sản phẩm mới gây hiếu kỳ, hội chợ thương mại, sản phẩm sơ chế, thức ăn sẵn, ... Sự phát triển này thách thức các đối tác trong chuỗi phải phân chia dây chuyền của họ để cung cấp sản phẩm và dịch vụ cho từng thị trường cụ thể; (ii) Sự lựa chọn của người tiêu dùng đang ngày được quan tâm bởi các yêu cầu về an toàn thực phẩm và sức khỏe. Sự quan tâm đối với môi trường, các thành phần xã hội và cây trồng, vật nuôi đang trở nên quan trọng hơn. Tất cả doanh nghiệp trong chuỗi phải hợp tác với nhau để tránh làm suy giảm niềm tin người tiêu dùng; (iii) Các đối tác chuỗi đang buộc phải giảm giá thành vì sự cạnh tranh trên toàn thế giới ngày càng tăng. Sự liên kết các đối tác để điều chỉnh các hoạt động và giảm giá thành bằng cách giảm chi phí giao dịch là biện pháp tối ưu đưa đến kết quả. Chuỗi có thể bao gồm: trồng, thu hoạch, đóng gói, xử lý, bảo quản và vận chuyển, tiếp thị, xuất khẩu, nhập khẩu, phân phối, bán sỉ và bán lẻ. Do đó, phát triển chuỗi liên kết có thể mang lại lợi ích cho mọi lĩnh vực của xã hội, nông thôn và thành thị ở các nước đang phát triển.

Liên kết kinh tế là kiểu quan hệ kinh tế mà giữa các chủ thể kinh tế tự nguyện và thỏa thuận để xác lập mối quan hệ. Nguyên tắc tự nguyện và thỏa thuận là sự bảo đảm cho chuỗi liên kết hình thành và phát triển trên cơ sở nhu cầu và điều kiện kinh tế khách quan của mỗi bên và do đó mới có tính khả thi và bền vững. Từ đó không cho phép có sự áp đặt từ bên ngoài, hoặc của bên này với bên kia của chuỗi liên kết. Nguyên tắc này cũng đặt ra cách thức ứng xử của nhà nước đối với các bên tham gia liên kết, chỉ có thể hỗ trợ, dẫn dắt, giám sát chứ không thể sử dụng mệnh lệnh hành chính để hình thành hoặc can thiệp vào quá trình vận hành của các liên kết. Mọi quyết định, điều khoản liên kết phải được đưa ra trên cơ sở bàn bạc đi đến thống nhất giữa các bên tham gia chuỗi liên kết.

## **(2) Nguyên tắc định trước quá trình phối hợp hoạt động (Kế hoạch hóa)**

Định trước là nguyên tắc không chỉ của thể chế kế hoạch mà còn là nguyên tắc vận hành và là đặc trưng của chuỗi liên kết. Sự định trước bảo đảm cho chuỗi liên kết đạt mục tiêu ổn định, hạn chế rủi ro, tiết kiệm chi phí trong quá trình sản xuất và lưu thông hàng hóa. Trong chuỗi liên kết, sự định trước được thể hiện trong hợp đồng, qui chế, điều lệ, phương án, dự án phối hợp hành động. Nội dung định trước có thể bao gồm số lượng, chất lượng đối tượng sản phẩm, dịch vụ trao đổi, mua bán; giá cả thanh toán; phương thức giao nhận, thanh toán hoặc là những cơ chế, qui tắc tổ chức và phối hợp hành động; trách nhiệm, quyền lợi, quyền hạn của các bên tham gia liên kết.

## **(3) Nguyên tắc chia sẻ lợi ích và rủi ro**

Nguyên tắc chia sẻ lợi ích và rủi ro là một đặc điểm riêng có của chuỗi liên kết so với thể chế thị trường. Trong mối quan hệ liên kết, tính chất hợp tác lâu dài đi liền với lợi ích lâu dài và tình cảm bạn hàng là lý do dẫn đến việc hai bên tất yếu phải chia sẻ lợi ích và rủi ro khác nhau; ngược lại chia sẻ lợi ích và rủi ro khác nhau sẽ giúp cho quan hệ liên kết trở nên bền vững, lâu dài. Chia sẻ lợi ích và rủi ro là động lực của chuỗi liên kết.

Chia sẻ lợi ích trong chuỗi liên kết đòi hỏi xử lý hài hòa mối quan hệ lợi ích giữa các bên liên kết một cách công bằng tương xứng với chi phí, công sức, nỗ lực mà mỗi bên bỏ ra trong quá trình phối hợp hoạt động như là một quá trình kinh tế thống nhất hướng đến hiệu quả kinh tế cuối cùng.

Biểu hiện tập trung của sự chia sẻ lợi ích và rủi ro trong chuỗi liên kết là cách thức xác định khối lượng giao dịch và giá cả trao đổi có sự khác biệt so với thị trường, nơi mà trong đó lợi ích của mỗi bên do giá cả và quan hệ cung cầu của thị trường khách quan quyết định; không phụ thuộc vào ý chí của các bên giao dịch; không là sự chia sẻ lợi ích và rủi ro giữa các đối tác từ hiệu quả kinh tế chung.

### 2.1.3.3. Các hoạt động chính trong chuỗi liên kết nông sản

Theo Phan Thị Giác Tâm (2008), các hoạt động chính trong chuỗi liên kết nông sản bao gồm:

(1) *Cung ứng vật tư nông nghiệp*: bao gồm một số yếu tố liên quan đầu vào của quá trình sản xuất như: giống, vật tư kỹ thuật (phân bón, thuốc bảo vệ thực vật..).

(2) *Sản xuất trong nông nghiệp*: quá trình kết hợp lao động với đất đai, các yếu tố đầu vào trong nông nghiệp để tạo ra nông sản. Phương thức sản xuất trong nông nghiệp cho thấy hàm lượng công nghệ, mức độ công nghiệp hóa cũng như sự đảm bảo về số lượng, ổn định về chất lượng của nông sản.

(3) *Thu gom nông sản*: Là quá trình tập hợp sản lượng mà trong đó các khối lượng nhỏ một loại nông sản nhất định được tập trung về một nơi, một đầu mối để tiến hành các hoạt động chế biến, đóng gói hoặc marketing tiếp theo. Thu gom nông sản nhằm đáp ứng được đủ khối lượng hàng hóa theo yêu cầu của thị trường đồng thời giúp cho nông dân sản xuất nhỏ, nhất là những người ở xa các thị trường có thể bán được sản phẩm của họ. Thu gom nông sản có thể do tư thương hoặc bộ phận thu mua của các doanh nghiệp thực hiện. Tính linh hoạt và sự ổn định của công tác thu mua đóng vai trò quan trọng trong quyết định lựa chọn nơi bán của nông dân hoặc các tổ chức hợp tác trong nông nghiệp.

(4) *Vận chuyển - Chế biến*: Việc vận chuyển đóng vai trò không nhỏ trong chuỗi, tác động đến chất lượng và hình thức nông sản trước khi đến tay người tiêu dùng. Chế biến có tác dụng làm đa dạng hóa sản phẩm, tăng giá trị và chất lượng sản phẩm trước khi bán và duy trì được chất lượng sản phẩm trong thời gian dài. Chỉ có chế biến mới nâng cao được giá trị sản phẩm và thỏa mãn được yêu cầu của người tiêu dùng. Việc chế biến nông sản có thể là sơ chế hay tinh chế, tùy thuộc vào nhu cầu và mục đích sử dụng sản phẩm của người tiêu dùng hoặc nhà sản xuất.

(5) *Phân phối*: Là quá trình bán các nông sản thô hay qua chế biến đến tay người mua. Phân phối là hoạt động phức tạp của marketing, liên quan đến nhiều yếu tố như: cấu trúc thị trường, cơ sở hạ tầng (giao thông, phương tiện vận chuyển, thông tin), sự nắm bắt thị trường của các doanh nghiệp... Việc phân phối liên quan nhiều đến hiệu quả marketing (chi phí vận chuyển, chi phí quảng cáo, tìm hiểu thị trường, giá bán sản phẩm...)

(6) *Các dịch vụ hỗ trợ*: Để tăng hiệu quả của các hoạt động trên cần thiết phải có các hoạt động hỗ trợ (dịch vụ thứ cấp), gọi là dịch vụ thứ cấp nhưng các dịch vụ này không phải là không quan trọng mà ngược lại, còn rất cần thiết cho mọi hoạt động marketing. Đó là các dịch vụ: tiêu chuẩn hóa và phân loại sản phẩm; đóng gói; vận chuyển; bảo quản; cung cấp tài chính; phòng ngừa rủi ro; bán sản phẩm, bảo hiểm.

#### **2.1.3.4. Tiêu chí đánh giá chuỗi liên kết**

Hiện nay có ba cách tiếp cận khi đánh giá chuỗi liên kết:

*Thứ nhất, cách tiếp cận tối ưu hoá quá trình hoạt động và sản xuất.* Khi xem xét khía cạnh này, mỗi chuỗi liên kết được xem xét một cách riêng rẽ. Mô hình tối ưu hoá chuỗi liên kết là một sự lựa chọn tối ưu nhất trong số các chuỗi liên kết riêng rẽ đã được tối ưu hoá. Chuỗi liên kết đã được tối ưu hoá có nghĩa là biến “kết quả thị trường” được tối ưu hoá thông qua sự lựa chọn một tập hợp các biến giải thích liên quan đến sản xuất như: số bước trong dây chuyền cung ứng, mức tồn kho, mức độ phân biệt của sản phẩm (sự khác biệt). Kết quả chuỗi liên kết bao gồm các chỉ tiêu định lượng đo lường về hiệu quả kỹ thuật cũng như các chỉ tiêu dựa trên chi phí và các chỉ số định tính như mức độ thoả mãn cũng như sự phản hồi của khách hàng.

*Thứ hai, cách tiếp cận giảm chi phí giao dịch.* Một trong những nguyên nhân quan trọng làm tăng chi phí giao dịch, đó là các hành vi có tính chất cơ hội của các bên tham gia giao dịch. Vì vậy, để tăng hiệu quả giao dịch cần phải xây dựng các hợp đồng có tính chất kích thích các bên tham gia, đảm bảo liên kết được mục tiêu

của các bên tham gia đồng thời loại bỏ được những hành vi có tính chất cơ hội. Ngoài ra, việc liên kết cũng làm giảm chi phí giao dịch. Việc tổ chức các chuỗi liên kết theo một cấu trúc hiệu quả (dưới các dạng khác nhau từ mỗi liên hệ thị trường hoàn toàn cho đến liên kết chặt chẽ theo cấp bậc trật tự chặt chẽ, rõ ràng) sẽ giảm đáng kể chi phí giao dịch và nâng cao hiệu quả chuỗi liên kết. Cấu trúc thị trường hiệu quả đòi hỏi phải có được một cơ chế vận hành có khả năng kiểm soát và thực thi các điều khoản đã thoả thuận trong hợp đồng, cụ thể là các chuỗi liên kết phải tạo ra khả năng “truy tìm nguồn gốc” của sản phẩm để đảm bảo sự đóng góp thật sự của sản phẩm đối với người tiêu dùng cuối cùng.

*Thứ ba, cách tiếp cận kiểm soát được lợi ích của các cá nhân và tổ chức trong chuỗi liên kết.* Trong một số trường hợp các nhà phát minh, sáng chế các công cụ tạo ra sản phẩm mới nhưng không nhận được thu nhập xứng đáng với phát minh, sáng chế đó. Các đối thủ cạnh tranh hay những cá nhân và tổ chức nằm ở trước hay sau trong dây chuyền cung ứng có thể có lợi từ phát minh, sáng chế đó khi các phát minh, sáng chế đó dễ bị bắt chước hoặc khi hệ thống đảm bảo bản quyền có hiệu lực thấp, hoặc khi phát minh, sáng chế đó cần có sản phẩm bổ sung. Chẳng hạn như một giống cây mới rất dễ bị sao chép lại đơn giản bằng việc trồng giống cây đó. Trong những trường hợp như vậy, chuỗi liên kết hiệu quả là phải đảm bảo được lợi ích của người có phát minh, sáng chế.

Như vậy, 3 cách tiếp cận khi đánh giá chuỗi liên kết có tác dụng bổ sung cho nhau, đưa ra một bức tranh tổng quát về các chuỗi liên kết khác nhau. Tuy nhiên, cách tiếp cận thứ ba chỉ ở phạm vi hẹp, không bao quát tất cả các loại hình chuỗi liên kết. Còn cách thứ hai “giảm chi phí giao dịch” gặp phải một khó khăn lớn là chi phí giao dịch không dễ đo lường. Trong khi đó, cách tiếp cận thứ nhất “tối đa hoá quá trình hoạt động và sản xuất” có ưu điểm là không chỉ có khả năng đánh giá mà còn cho phép so sánh hiệu quả hoạt động của chuỗi liên kết dọc. Song phương pháp này đòi hỏi một khối lượng dữ liệu chi tiết. Một số nghiên cứu gần đây về hiệu quả chuỗi liên kết đề nghị các chỉ tiêu như: khả năng ổn định giá cả sản phẩm; thời gian

từ lúc được báo giao hàng cho đến khi giao hàng; chất lượng và quản lý chất lượng sản phẩm trong chuỗi. Ngoài ra việc liên kết trong chuỗi thể hiện chủ yếu ở khâu chia sẻ thông tin và phân phối chi phí, lợi nhuận giữa các thành viên trong chuỗi được xem là động lực chính để phát triển chuỗi. Luận án tiếp cận việc đánh giá hiệu quả chuỗi liên kết theo phương pháp này thông qua chỉ tiêu lợi nhuận.

## **2.2. Các lý thuyết liên quan**

### **2.2.1. Lý thuyết lợi thế kinh tế theo quy mô**

Lý thuyết lợi thế kinh tế theo quy mô chỉ ra rằng, một hoạt động kinh tế nào đó nếu ở một quy mô nhỏ thì chi phí đầu tư ban đầu cũng như các chi phí giao dịch sẽ rất lớn làm cho giá thành sản phẩm cao, kém sức cạnh tranh. Việc liên kết các doanh nghiệp cùng thực hiện một sản phẩm (liên kết ngang) hoặc tạo ra một chuỗi sản phẩm hay một sản phẩm hoàn chỉnh (liên kết dọc) nhằm tạo ra một quy mô đủ lớn sẽ khắc phục được điểm yếu nêu trên. Đây chính là lý do chính để các chuỗi liên kết/chuỗi cung ứng, tập đoàn được lập và hoạt động có hiệu quả trong một thời gian khá dài. Khi môi trường kinh doanh phát triển cạnh tranh hơn cùng với áp lực toàn cầu ngày càng tăng, các công ty buộc phải đổi mới để tạo dựng và duy trì cạnh tranh. Với sự tiến bộ nhanh chóng của lĩnh vực viễn thông, nhiều doanh nghiệp đã tìm kiếm cơ hội chiến lược từ việc liên kết kinh doanh mang tính tổ chức. Các sản phẩm hầu hết không còn được sản xuất tại một không gian, địa điểm, mà được phân chia thành nhiều công đoạn, ở các châu lục, quốc gia, các địa phương khác nhau. Trong bối cảnh này, vai trò của liên kết kinh doanh đã được nhìn nhận như một nguồn lực quan trọng của nền kinh tế.

Lý thuyết này đã cung cấp cơ sở khoa học cho chuỗi liên kết rau quả tươi để tăng qui mô sản xuất – kinh doanh thông qua các hình thức hợp tác với cùng một mục tiêu, định hướng và chuẩn mực quốc tế, sẵn sàng để kết nối với chuỗi cung ứng trên thế giới, tận dụng lợi thế về qui mô sản xuất, nguồn hàng cung cấp và chất lượng đáp ứng yêu cầu nhập khẩu từ các quốc gia trên thế giới.

### 2.2.2. Lý thuyết Heckscher-Ohlin

Heckscher-Ohlin đã chi tiết hơn khi nhấn mạnh tới sự tương tác giữa các tỷ lệ yếu tố sản xuất (bao gồm đất đai, lao động và vốn) sẵn có tại các quốc gia khác nhau với tỷ lệ yếu tố sản xuất cần thiết để sản xuất ra một hàng hóa cụ thể. Sự giải thích này dựa trên giả thuyết rằng các quốc gia có mức độ dồi dào các yếu tố sản xuất khác nhau. Tuy nhiên, những kiểm nghiệm về tính đúng đắn của lý thuyết này lại cho thấy đó không phải là những giải thích luôn luôn đúng cho các mô hình thương mại diễn ra trên thực tế. Theo lý thuyết của Heckscher-Ohlin, mỗi quốc gia có những đặc điểm khác nhau về nguồn lực kinh tế như đất đai, lao động và vốn liếng. Ông nhấn mạnh tới sự tương tác giữa các tỷ lệ yếu tố sản xuất, bao gồm: đất đai, lao động và vốn, sẵn có tại các quốc gia khác nhau với tỷ lệ yếu tố sản xuất cần thiết để sản xuất ra một hàng hóa cụ thể. Sự giải thích này dựa trên giả thuyết rằng các quốc gia có mức độ dồi dào các yếu tố sản xuất khác nhau. Các quốc gia có xu hướng xuất khẩu các sản phẩm sử dụng nhiều nguồn lực lợi thế của họ. Ví dụ, Việt Nam có lợi thế về nông nghiệp và lao động, Mỹ có lợi thế về công nghệ và vốn. Khi giao dịch thương mại, Việt Nam sẽ bán các mặt hàng sử dụng nhiều lao động như nông sản, may mặc, giày dép, trong khi Mỹ sẽ bán các mặt hàng sử dụng công nghệ và vốn nhiều như máy móc, thiết bị. Cả hai quốc gia đều hưởng lợi từ giao dịch thương mại vì có điều kiện tập trung vào các lợi thế của mình và nâng cao năng suất, và từ đó nâng cao thu nhập đầu người.

Lý thuyết này được ứng dụng trong điều kiện sản xuất nông nghiệp ở Việt Nam hiện nay đang có lợi thế vì thâm dụng lao động, có khả năng sản xuất quanh năm như rau quả tươi. Đây là sự nhìn nhận lợi thế hiện nay chứ không phải khuyến khích cho các lĩnh vực thâm dụng lao động phát triển trong dài hạn, vì trong tương lai, khi năng lực chế biến rau quả được cải thiện để nâng cao giá trị gia tăng cao hơn, việc ứng dụng các công nghệ trồng trọt để nâng cao năng suất vượt trội và kiểm soát chặt chẽ chất lượng rau quả, khả năng dịch chuyển từ lĩnh vực thâm dụng lao động chuyển sang lĩnh vực thâm dụng công nghệ và vốn là hoàn toàn nằm trong

viễn cảnh rất gần đối với lĩnh vực rau quả của nước ta, nhất là trong điều kiện thuận lợi về tiếp cận các nguồn lực công nghệ và vốn quốc tế của vùng KTTĐPN đang ngày càng nhiều hơn.

### **2.2.3. Lý thuyết về vòng đời sản phẩm của Raymond Vernon**

Một trong những câu trả lời cho sự thất bại của lý thuyết Heckscher-Ohlin để giải thích các mô hình thương mại trên thực tế chính là lý thuyết về vòng đời sản phẩm của tác giả Raymond Vernon (Hoa Kỳ). Lý thuyết này cho rằng trong giai đoạn ban đầu của vòng đời, hầu hết các sản phẩm mới đều được sản xuất và xuất khẩu từ những quốc gia mà tại đó chúng được phát minh. Tuy nhiên, khi một sản phẩm mới được chấp nhận rộng rãi trên thị trường quốc tế, quá trình sản xuất sẽ bắt đầu diễn ra ở các nước khác và cuối cùng sản phẩm đó có thể sẽ được xuất khẩu trở lại chính quốc gia phát minh đầu tiên.

Lý thuyết này giúp bổ sung khả năng về việc xuất khẩu các loại rau quả có nguồn gốc từ các nước khác, được sản xuất thành công ở vùng KTTĐPN nhờ ứng dụng khoa học công nghệ, hoàn toàn có thể xuất khẩu ngược trở lại chính quốc gia đã sản xuất ra giống rau quả đó.

### **2.2.4. Lý thuyết chi phí cơ hội của Haberler**

Lý thuyết chi phí cơ hội của Gottfried Haberler đã giải thích lợi thế so sánh của hai quốc gia khi tiến hành mậu dịch với nhau. Theo tác phẩm “Lý thuyết về thương mại quốc tế” được xuất bản năm 1937, Gottfried Haberler đã chỉ ra những hạn chế của lý thuyết lợi thế so sánh của David Ricardo, khẳng định lợi thế so sánh là một quy luật quan trọng trong thương mại quốc tế và giải thích quy luật này thông qua một lý thuyết mới là chi phí cơ hội. Lý thuyết chi phí cơ hội cho rằng để tạo ra sản phẩm hàng hóa, bên cạnh lao động còn có rất nhiều yếu tố sản xuất khác chẳng hạn như vốn, đất đai, công nghệ,... Và bản thân lao động là không đồng nhất, nó có sự khác biệt rất lớn về kinh nghiệm, trình độ chuyên môn rồi sau đó mới là năng suất lao động. Trong khi đó, lý thuyết lợi thế so sánh của David Ricardo

(1817) lại chỉ dựa vào năng suất lao động để giải thích là thiếu tính logic và không phù hợp với thực tế. Những hạn chế này, đã được nhiều nhà kinh tế học chỉ ra nhưng lại không tìm được cách giải thích khác hơn, khoa học hơn.

Từ những hạn chế của việc giải thích quy luật lợi thế so sánh mà trong một giai đoạn dài, có những lúc lý thuyết lợi thế so sánh tưởng chừng không còn giá trị nữa thì vào năm 1936, Gottfried Haberler đã giải cứu quy luật lợi thế so sánh bằng một lý thuyết mới là lý thuyết chi phí cơ hội. Chi phí cơ hội của một sản phẩm là số lượng của một sản phẩm khác mà người ta phải hy sinh để có đủ tài nguyên làm tăng thêm một đơn vị sản phẩm thứ nhất. Như vậy, quốc gia nào có chi phí cơ hội thấp trong việc sản xuất một loại sản phẩm nào đó thì quốc gia đó có lợi thế so sánh trong việc sản xuất sản phẩm đó và không có lợi thế so sánh trong việc sản xuất sản phẩm thứ hai. Tuy nhiên, ông chỉ mới nghiên cứu chi phí cơ hội để sản xuất một đơn vị lúa mì hay một đơn vị vải là bất biến. Trên thực tế, những chi phí cơ hội đó lại thay đổi theo xu hướng tăng lên. Vì vậy, cần mở rộng nghiên cứu mô hình có tính đến cầu và lợi ích của mỗi quốc gia thu được qua mậu dịch luôn bao gồm hai phần riêng biệt, đó là: lợi ích từ trao đổi và lợi ích từ chuyên môn hóa.

Lý thuyết này làm sáng tỏ và lý giải việc xuất khẩu rau quả tươi giữa những quốc gia mặc dù có cùng lợi thế để sản xuất, tuy nhiên, khả năng chuyên môn hóa một vài loại rau quả có lợi thế hơn sẽ mang lại hiệu quả cao hơn. Lợi ích từ trao đổi sẽ tạo động lực cho sự phát triển sản xuất, ứng dụng các thành tựu khoa học – kỹ thuật, đa dạng hóa sản phẩm rau quả tươi nhằm phục vụ tốt hơn cho nhu cầu của người tiêu dùng.

#### **2.2.5. Lý thuyết mới về thương mại của Paul Krugman**

Paul Krugman đã phát triển một lý thuyết mà sau đó được biết đến như là lý thuyết mới về thương mại. Lý thuyết này nhấn mạnh rằng trong một số trường hợp, các quốc gia chuyên môn hóa vào sản xuất và xuất khẩu những sản phẩm đặc thù không phải bởi vì sự khác biệt về mức độ dồi dào các nhân tố sản xuất, mà bởi vì

trong một số ngành nhất định, thị trường thế giới chỉ có thể chấp nhận và cho phép một số lượng hạn chế các công ty có thể tham gia vào (ví dụ ngành công nghiệp chế tạo máy bay chở khách dân dụng). Trong những ngành như vậy, các công ty thâm nhập thị trường trước sẽ có khả năng thiết lập cho mình một lợi thế cạnh tranh mà các công ty gia nhập sau đó khó có thể đạt được. Do vậy, mô hình thương mại thực tế diễn ra giữa các quốc gia có thể một phần là do năng lực của các công ty thuộc một quốc gia giành được những lợi thế của người đi trước. Lý thuyết này cho thấy những quốc gia đã thiên lệch trong việc trung công nghiệp hóa, bỏ qua hoặc xem nhẹ sản xuất nông nghiệp đã không còn lợi thế về lao động, về đất đai để quay trở lại ngành nông nghiệp, nhất là khi xảy ra khủng hoảng lương thực như thực tế diễn ra vào thập niên 90 của thế kỷ 20 đã làm nhiều quốc gia bị ảnh hưởng không ít.

Điều đó tạo thuận lợi cho Việt Nam thiết lập cho mình một lợi thế cạnh tranh về sản phẩm nông nghiệp nói chung và rau quả nói riêng trong thương mại hai chiều với các nước. Tình trạng thiếu hụt lao động nông nghiệp do dân số già ở châu Âu, Nhật Bản và điều kiện tự nhiên, đất đai cũng là rào cản gia nhập ngành của sản xuất nông nghiệp nói chung và lĩnh vực rau quả tươi nói riêng.

#### **2.2.6. Lý thuyết về mô hình “Viên kim cương” của Michael Porter**

Trong tác phẩm “Lợi thế cạnh tranh quốc gia”, Michael Porter đã vận dụng những cơ sở lý luận cạnh tranh trong nước của mình vào lĩnh vực cạnh tranh quốc tế và đưa ra lý thuyết nổi tiếng là mô hình “Viên kim cương”. Các yếu tố quyết định của mô hình là các điều kiện về các yếu tố sản xuất, điều kiện về cầu, các ngành hỗ trợ và bối cảnh cạnh tranh, chiến lược và cơ cấu doanh nghiệp. Ngoài ra, còn có 2 biến số bổ sung là vai trò của nhà nước và yếu tố thời cơ. Theo Porter, không một quốc gia nào có thể có khả năng cạnh tranh ở tất cả các ngành hoặc ở hầu hết các ngành. Các quốc gia chỉ có thể thành công trên thương trường kinh doanh quốc tế khi họ có lợi thế cạnh tranh bền vững trong một số ngành nào đó. Porter phê phán các học thuyết cổ điển trước đây cho rằng ưu thế cạnh tranh của các doanh nghiệp trên thương trường cạnh tranh quốc tế là chỉ dựa vào lợi thế tuyệt đối của Adam

Smith hay chỉ có lợi thế so sánh của David Ricardo. Theo ông, khả năng cạnh tranh của một quốc gia ngày nay lại phụ thuộc vào khả năng sáng tạo và sự năng động của ngành của quốc gia đó. Khi thế giới cạnh tranh mang tính chất toàn cầu hoá thì nền tảng cạnh tranh sẽ chuyển dịch từ các lợi thế tuyệt đối hay lợi thế so sánh mà tự nhiên ban cho, sang những lợi thế cạnh tranh quốc gia được tạo ra và duy trì vị thế cạnh tranh lâu dài của các doanh nghiệp trên thương trường quốc tế.

Khi nền tảng của cạnh tranh càng chuyển dịch sang sự sáng tạo và tri thức mới thì vai trò của quốc gia càng tăng lên. Lợi thế cạnh tranh quốc gia được tạo ra và thông qua quá trình địa phương hoá cao độ. Sự khác biệt về giá trị quốc gia, văn hoá, cấu trúc kinh tế, thiết chế và lịch sử, tạo nên ưu thế quyết định sự thành công trong cạnh tranh. Các quốc gia thành công ở một số ngành trên thị trường toàn cầu vì môi trường trong nước của họ năng động, đi tiên phong và nhiều sức ép nhất. Các công ty của họ thu được lợi thế so với các đối thủ quốc tế nhờ việc có các đối thủ mạnh trong nước, nhờ có các nhà cung cấp có đủ khả năng trong nước, nhờ sự phong phú về nhu cầu khách hàng trong nước và sự liên kết chặt chẽ của các ngành phụ trợ. Lý luận của Michael Porter về lợi thế cạnh tranh quốc gia giải thích các hiện tượng thương mại quốc tế trên góc độ các doanh nghiệp tham gia kinh doanh quốc tế và vai trò của nhà nước trong việc hỗ trợ cho các ngành có điều kiện thuận lợi để giành lợi thế cạnh tranh quốc gia chứ không phải cho một vài doanh nghiệp cụ thể. Sự thành công của các quốc gia ở ngành kinh doanh nào đó phụ thuộc vào ba vấn đề cơ bản: lợi thế cạnh tranh quốc gia, năng suất lao động bền vững và sự liên kết, hợp tác có hiệu quả trong cụm ngành.

Michael Porter cũng đã đưa ra khái niệm về chuỗi, được xem là các hoạt động sơ cấp và hoạt động hỗ trợ, liên kết với nhau theo những cách đặc trưng. Hoạt động sơ cấp là những hoạt động mang tính vật chất liên quan đến việc tạo ra sản phẩm, bán và chuyển giao cho khách hàng cũng như công tác hỗ trợ sau bán hàng, bao gồm logistic đầu vào, vận hành, logistic đầu ra, marketing, bán hàng và dịch vụ. Hoạt động hỗ trợ bổ sung cho các hoạt động sơ cấp, tự hỗ trợ cho nhau thông qua

việc cung ứng mua hàng đầu vào, công nghệ, nguồn nhân lực và các chức năng khác trong toàn doanh nghiệp. Ông mô tả chuỗi hoạt động của một ngành bao gồm 3 công đoạn cơ bản là đầu vào, sản xuất và đầu ra.

Toàn cầu hóa là cơ hội lớn cho các nhà sản xuất và nhà xuất khẩu ở các nước đang phát triển. Một trong những cơ hội là cung cấp nông sản tươi quanh năm. Các công ty xuyên quốc gia, cũng như các nhà bán lẻ và nhà nhập khẩu đang mở rộng hoạt động quốc tế để đáp ứng nhu cầu tiêu dùng mới. Điều này có nghĩa là nhu cầu không còn giới hạn trong địa phương, mà được mở rộng. Sản phẩm tươi sống có thể được vận chuyển ngắn hơn trên toàn thế giới với chi phí thấp và mức giá cạnh tranh. Hơn nữa, sự phát triển của công nghệ thông tin cho phép thương lái tiếp cận nhanh chóng với những thay đổi về nhu cầu tiêu thụ và tạo thuận lợi lưu thông hàng hóa trên toàn thị trường phức tạp như hiện nay.

Theo kinh nghiệm quản lý nông nghiệp của các quốc gia như Úc, Israel, Ba Lan, Hà Lan, Đài Loan,... có thể chia chuỗi hoạt động của ngành nông nghiệp: (S1) tạo và phát triển giống/hạt giống; (S2) canh tác nuôi trồng như đất, nước, phân bón, thuốc bảo vệ thực vật; (S3) thu hoạch; (S4) sau thu hoạch như bảo quản, đóng gói; (S5) Phân phối (thị trường và người tiêu dùng). Chủ thể tham gia các công đoạn trên bao gồm Viện nghiên cứu/ Trường đại học/ Khu nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao; Nông dân; Hợp tác xã; Doanh nghiệp, các nhà thương mại nông sản; và vai trò điều tiết của nhà nước. Xét ở phạm vi cả nước, có nhiều địa phương khác nhau với đặc thù, lợi thế khác nhau nên mỗi địa phương chuyên môn hoá sản xuất sản phẩm sẽ khác nhau; lúc đó chuỗi liên kết không chỉ đề cập đến phạm vi của một địa phương mà cần có sự liên kết giữa các địa phương khác nhau.

### **2.2.7. Lý thuyết liên kết kinh tế vùng của Hirschman**

Với cách tiếp cận nghiên cứu về đầu vào – đầu ra, Hirschman (1958) đề cập đến liên kết kinh tế vùng với khái niệm liên kết ngược (backward linkages, upstream linkages) và liên kết xuôi (forward linkages, downstream linkages) để

ngiên cứu các mối quan hệ ngành và liên ngành. Ông cho rằng các hiệu ứng liên kết ngược (backward linkage effects) nảy sinh từ nhu cầu cung ứng đầu vào của một ngành nào đó mới được thiết lập; còn hiệu ứng liên kết xuôi phát sinh từ việc sử dụng đầu ra của ngành đó như là đầu vào của các ngành khác đi theo. Nói cách khác bất kỳ một ngành nào mới được thiết lập cũng kéo theo các hoạt động sản xuất khác nhằm cung cấp đầu vào cho nó; và mọi ngành, trừ các ngành sản xuất hàng hóa cuối cùng, đều kéo theo các hoạt động khác sử dụng đầu ra của nó như đầu vào của mình. Hiệu ứng liên kết được xem như các xung lực tạo ra các khoản đầu tư mới thông qua sự vận động của các mối quan hệ đầu vào - đầu ra. Đây chính là điểm mấu chốt trong lý thuyết phát triển kinh tế của Hirschman khi ông khuyến nghị cần tập trung đầu tư vào những ngành có các mối liên kết mạnh, lan tỏa phát triển mạnh để thông qua sức lan tỏa của chúng thúc đẩy tăng trưởng kinh tế (tăng trưởng không cân đối). Ngoài kiểu liên kết trong sản xuất nêu trên, Hirschman cũng đề cập đến liên kết tiêu dùng, nhưng cho rằng không như liên kết trong sản xuất liên kết tiêu dùng có thể mang lại hiệu ứng tiêu cực ví dụ như sự suy tàn của các nghề thủ công khi thu nhập tăng lên, do có sự chuyển hướng trong tiêu dùng. Hiệu ứng liên kết được xem như các xung lực tạo ra các khoản đầu tư mới có thể được vận dụng trong trường hợp chuỗi xuất khẩu rau quả tươi, vì đây là chuỗi ngành hàng đang có những bước đột phá và triển vọng phát triển rất tốt, có thể lan tỏa để phát triển những lĩnh vực khác như chế biến, logistics, cơ giới hóa và tự động hóa...

### **2.3. Tổng quan nghiên cứu thực nghiệm về các chuỗi liên kết**

#### **2.3.1. Tổng quan nghiên cứu nước ngoài về các chuỗi liên kết**

Vấn đề nghiên cứu chuỗi liên kết được khá nhiều tác giả trên thế thực hiện. Friedman (2005) cho rằng chuỗi là yếu tố làm phẳng thế giới. Chuỗi liên kết là nghệ thuật và khoa học của sự cộng tác nhằm đem lại những sản phẩm/ dịch vụ tốt nhất cho người tiêu dùng, là một loạt các hoạt động kinh doanh (hay chức năng) có quan

hệ với nhau, từ việc cung cấp các đầu vào cụ thể cho một sản phẩm nào đó, đến sơ chế, chuyển đổi, marketing đến bán sản phẩm đó cho người tiêu dùng.

Theo Corbett và cộng sự (1999), về mặt học thuật và thực tiễn tác giả đều thừa nhận những lợi ích tiềm tàng của việc tương tác chuỗi cung ứng. Cụ thể khi nghiên cứu về sự hợp tác trong chuỗi cung ứng bằng nhiều cách thức và phương pháp khác nhau, nhóm tác giả đã chứng minh rằng dù là chuỗi nội bộ hay chuỗi mở rộng, một khi các thành viên càng hợp tác liên kết với nhau thì chuỗi mới bền vững và phát huy hiệu quả. Tuy nhiên, nhóm vẫn chưa tìm thấy một mô hình nghiên cứu định lượng hoàn chỉnh để chỉ rõ được tầm quan trọng của từng mối liên hệ giữa các đối tác nhằm tăng cường sự hợp tác trong chuỗi cung ứng.

Handfield (2010) đã đưa ra mô hình nhằm xây dựng các mối quan hệ chủ yếu giữa nhà cung cấp và người mua dựa vào sự tín nhiệm khi nghiên cứu về “Vai trò của sự tín nhiệm và mức độ quan hệ trong việc cải tiến trách nhiệm chuỗi cung ứng”. Trong đó, các nhà cung cấp buộc phải đầu tư vào tài lực và nhân lực, người mua phải vận dụng các hợp đồng một cách kỹ lưỡng để kiểm soát các mức độ phụ thuộc liên quan đến các mối quan hệ. Mô hình này dựa trên biến phụ thuộc là trách nhiệm của các thành viên trong chuỗi cung ứng thông qua các biến độc lập là mức độ tín nhiệm và sự phụ thuộc vào người mua, hợp đồng, mức độ đầu tư vào tài sản cố định, nguồn nhân lực... Giả định rằng tất cả các biến phụ thuộc có quan hệ thuận với trách nhiệm chuỗi cung ứng ngoại trừ sự phụ thuộc của người mua thông qua 9 giả thuyết. Kết quả mô hình cho thấy, sự hợp tác để xây dựng lòng tin – sự tín nhiệm (trust) trong mối quan hệ chuỗi vẫn có thể cải tiến trách nhiệm nhà cung cấp và nâng cao sự hợp tác trong chuỗi cung ứng, ngay cả khi lượng cầu vượt quá khả năng cung ứng của nhà cung cấp (lượng cung), dẫn đến sự khan hiếm xảy ra. Nghiên cứu này được kế thừa và phân tích sâu hơn về quan hệ cũng như sự phụ thuộc vào người mua trong chuỗi liên kết rau quả tươi xuất khẩu vùng KTTĐPN đối với các chủ thể là người sản xuất cá thể, HTX, tổ hợp tác.

Bäckstrand (2007) đã nghiên cứu về Các mức độ tương tác trong các quan hệ chuỗi cung ứng. Trong đó, tác giả nghiên cứu hai nội dung lớn: (i) Các nền tảng của chuỗi cung ứng (bao gồm: các vấn đề về chuỗi cung ứng, sự tương tác trong chuỗi cung ứng, mức độ tương tác của chuỗi cung ứng). (ii) Các nhân tố ảnh hưởng đến mức độ tương tác trong chuỗi cung ứng. Kết quả nghiên cứu đã cung cấp các đặc điểm trong phân tích tương tác giữa các yếu tố trong chuỗi liên kết rau quả tươi xuất khẩu.

Với cách tiếp cận nghiên cứu về đầu vào – đầu ra, Hirschman (1958) khi đề cập đến liên kết kinh tế vùng, tác giả đã sử dụng khái niệm liên kết ngược (Backward linkages, Upstream linkages) và liên kết xuôi (Forward linkages, Downstream linkages) để nghiên cứu các mối quan hệ ngành và liên ngành. Ông cho rằng các hiệu ứng liên kết ngược (Backward linkage effects) nảy sinh từ nhu cầu cung ứng đầu vào của một ngành nào đó mới được thiết lập; còn hiệu ứng liên kết xuôi phát sinh từ việc sử dụng đầu ra của ngành đó như là đầu vào của các ngành khác đi theo. Nói cách khác bất kỳ một ngành nào mới được thiết lập cũng kéo theo các hoạt động sản xuất khác nhằm cung cấp đầu vào cho nó; và mọi ngành, trừ các ngành sản xuất hàng hóa cuối cùng, đều kéo theo các hoạt động khác sử dụng đầu ra của nó như đầu vào của mình. Hiệu ứng liên kết được xem như các xung lực tạo ra các khoản đầu tư mới thông qua sự vận động của các mối quan hệ đầu vào - đầu ra. Đây chính là điểm mấu chốt trong lý thuyết phát triển kinh tế của Hirschman khi ông khuyến nghị cần tập trung đầu tư vào những ngành có các mối liên kết mạnh, lan tỏa phát triển mạnh để thông qua sức lan tỏa của chúng thúc đẩy tăng trưởng kinh tế (tăng trưởng không cân đối). Ngoài kiểu liên kết trong sản xuất nêu trên, Hirschman cũng đề cập đến liên kết tiêu dùng, nhưng cho rằng không như liên kết trong sản xuất, liên kết tiêu dùng có thể mang lại hiệu ứng tiêu cực, ví dụ như sự suy tàn của các nghề thủ công khi thu nhập tăng lên, do có sự chuyển hướng trong tiêu dùng.

Nghiên cứu Chuỗi cung ứng Hoa Kỳ - Canada (2009) cho thấy các thành viên của các chuỗi cung ứng nông sản - thực phẩm đã chuyển hướng sang phối hợp theo chiều dọc chặt chẽ hơn vì năm lý do: (i) để sản xuất và chuyển giao một cách kịp thời các thuộc tính chất lượng theo yêu cầu của người tiêu dùng; (ii) để truyền đạt những thuộc tính này, trong đó có nhiều thuộc tính là vô hình, đến người tiêu dùng; (iii) để đảm bảo rằng các thành viên của chuỗi cung ứng bù đắp được các chi phí liên quan; (iv) để đáp ứng các yêu cầu quy định, cả về sức khỏe lẫn môi trường; (v) để đáp ứng các mối quan ngại liên quan về trách nhiệm. Các mối quan hệ dọc chặt chẽ giữa các công ty tạo điều kiện cho dòng chảy thông tin đến người sản xuất thông qua: những đặc điểm mà người tiêu dùng mong muốn, các quá trình sản xuất và công nghệ mới, các khối lượng sẽ được sản xuất, và lập lịch trình sản xuất. Bên cạnh đó sẽ cũng cung cấp thông tin cho người tiêu dùng về các thuộc tính sức khỏe, an toàn và quy trình của hàng hóa, giúp các công ty kiểm soát được các quy trình sản xuất và các nguyên vật liệu đầu vào trong suốt chuỗi cung ứng.

Tương tự, các công trình nghiên cứu khác của Barratt và Oliveira (2001) với mô hình chuỗi của Hewlett-Packard, Callioni và Billington (2001) với mô hình chuỗi của IBM... đều cho thấy rằng cách thức tổ chức hoạt động của tập đoàn rất chặt chẽ, gắn bó với các đối tác bởi vì các tập đoàn trên đã nhìn nhận được lợi ích của việc hợp tác trong chuỗi cung ứng sẽ mang lại cho doanh nghiệp của họ.

### **2.3.2. Tổng quan nghiên cứu trong nước về các chuỗi liên kết**

Nghiên cứu về “Ngành rau quả ở Việt Nam: Tăng giá trị từ khâu sản xuất đến tiêu dùng” năm 2002. Đây là nghiên cứu do Viện nghiên cứu chính sách lương thực quốc tế thực hiện dưới sự tài trợ của Tổ chức Hỗ trợ kỹ thuật Đức (GTZ) và Bộ Hợp tác kinh tế quốc tế Đức (BMZ). Đây là nghiên cứu rất quy mô về toàn ngành rau quả Việt Nam. Nghiên cứu tiến hành khảo sát từ người sản xuất, buôn bán, chế biến, xuất khẩu trên các vùng sản xuất. Nghiên cứu cũng tập trung vào rất nhiều các mặt hàng rau quả chính của Việt Nam như xoài, dứa, thanh long, nhãn, vải, chuối,

bắp cải, cà rốt, dưa chuột. Bên cạnh đó, nghiên cứu còn sử dụng số liệu từ VHLSS 1998/2002 để phân tích tình hình sản xuất và tiêu thụ của dân cư Việt Nam, đánh giá tác động của giá và chi tiêu tới cầu của hàng hoá, đề cập xuyên suốt ngành hàng rau quả Việt Nam từ sản xuất tới tiêu dùng. Kết quả nghiên cứu cho thấy: (i) Có sự tăng trưởng khác nhau giữa các loại rau quả (nhánh nhất thuộc nhóm cây họ vải (vải, nhãn và chôm chôm) và cây có múi; (ii) Rau và quả được trồng chủ yếu để bán hơn là để tiêu thụ trong gia đình. Mức độ thương mại hoá trong sản xuất rau quả tăng trong những năm chín mươi; (iii) Rất ít cơ sở kinh doanh có kho lạnh. Khách hàng chính của thương gia trong nước là người chế biến, trong khi đó người xuất khẩu chủ yếu bán trực tiếp cho khách hàng nước ngoài; (iv) Chi phí vận chuyển chiếm phần lớn (60%) trong chi phí hoạt động của các thương gia; (v) Các cơ sở chế biến tư nhân nhỏ thường chỉ chế biến hoặc rau hay hoặc quả và chủ yếu là sấy khô, muối và đóng hộp. Xuất khẩu sang thị trường có thu nhập cao như Cộng đồng Châu Âu, Úc và Mỹ hiện rất nhỏ, nhưng sẽ tăng; (vi) Việt Nam nhập khẩu rau quả rất ít so với xuất khẩu, nhưng nhập khẩu đang tăng. Từ kết quả phân tích, nghiên cứu đưa ra rất nhiều các kiến nghị hỗ trợ chính sách khác nhau về thị trường, xúc tiến thương mại, khuyến nông, an toàn thực phẩm.

Đề án nghiên cứu “Đẩy mạnh xuất khẩu rau hoa quả thời kỳ 2001 – 2010”, năm 2000 do Bộ Thương Mại Việt Nam, Bộ Thương mại xây dựng nhằm kiến nghị xử lý các vấn đề có liên quan trong sản xuất - trồng trọt - chế biến và xuất khẩu rau quả, đặc biệt là các vấn đề về chính sách - biện pháp tạo nguồn hàng có khả năng cạnh tranh cao và tìm kiếm mở rộng thị trường tiêu thụ ở nước ngoài. Cụ thể đề án đã đánh giá tình hình xuất nhập khẩu rau quả trong thời gian qua (thế giới, Việt Nam). Từ đó làm cơ sở định hướng chủng loại rau quả xuất khẩu (rau quả tươi: bắp cải, ngô ngọt, cà tím, dưa, chuối, vải, xoài, dưa, thanh long, quả có múi...; rau quả chế biến: nấm, đậu nành, nước quả và quả đóng hộp...), ngoài ra còn có rau gia vị. Định hướng thị trường xuất khẩu (thị trường châu Á - Thái Bình Dương, thị trường Âu - Mỹ và thị trường Trung cận đông và châu Phi). Các chính sách, biện pháp được đề án đưa ra đó là: đẩy mạnh xuất khẩu rau quả: giống, tổ chức lại sản xuất,

kênh lưu thông, khuyến khích đầu tư sản xuất chế biến, đảm bảo chất lượng, kiểm dịch, xúc tiến thương mại, hỗ trợ vận tải đối ngoại phục vụ xuất khẩu, xoá bỏ thủ tục, lệ phí bất hợp lý.

Nghiên cứu của Đào Thế Anh và cộng sự (2006) về phân tích ngành hàng rau tại tỉnh Hà Tây. Nhóm tác giả đã xác định qui mô và đặc điểm sản xuất, tình hình chế biến, lưu thông sản phẩm rau xanh của tỉnh, xác định cấu trúc ngành hàng, các kênh lưu thông sản phẩm và qui mô, đặc điểm hoạt động của các tác nhân tham gia ngành hàng; xác định đặc điểm chất lượng, giá sản phẩm và quá trình hình thành giá của sản phẩm qua các kênh hàng; phân tích các khó khăn trong sản xuất và lưu thông sản phẩm rau, từ đó đưa ra các hướng tác động phù hợp.

Nghiên cứu của Đào Thế Anh và cộng sự (2005), tác giả đã phân tích ngành hàng rau tại tỉnh Thái Bình. Nghiên cứu đã xác định qui mô và đặc điểm sản xuất, tình hình chế biến, lưu thông sản phẩm rau xanh của tỉnh, xác định cấu trúc ngành hàng, các kênh lưu thông sản phẩm và qui mô, đặc điểm hoạt động của các tác nhân tham gia ngành hàng; xác định đặc điểm chất lượng, giá sản phẩm và quá trình hình thành giá của sản phẩm qua các kênh hàng; phân tích các khó khăn trong sản xuất và lưu thông sản phẩm rau, từ đó đưa ra các hướng tác động phù hợp.

Nghiên cứu của Võ Thị Thanh Lộc & Nguyễn Phú Sơn (2012) về chuỗi giá trị hành tím tỉnh Sóc Trăng. Nhóm đã phân tích Chuỗi giá trị hành tím có 04 tác nhân tham gia và 04 kênh thị trường, trong đó có 02 kênh tiêu thụ nội địa và 02 kênh xuất khẩu. Nhóm tác giả đã xác định tổng lợi nhuận của kênh hành tím xuất khẩu cao hơn kênh tiêu thụ nội địa. Qua phân tích kinh tế chuỗi, nghiên cứu cho thấy kênh thị trường có càng ít tác nhân trung gian thì lợi ích cho người sản xuất càng cao. Ngoài ra, qua phân tích lợi thế cạnh tranh và phân tích SWOT nhóm nghiên cứu đã đề xuất 04 giải pháp chiến lược để nâng cấp chuỗi giá trị hành tím đó là (1) Nâng cao chất lượng hành tím để mở rộng thị trường xuất khẩu; (2) Liên kết Doanh nghiệp xây dựng vùng nguyên liệu theo tiêu chuẩn GlobalGAP; (3) Đầu tư cơ sở hạ tầng, ứng dụng công nghệ hiện đại và cắt giảm chi phí sản xuất và (4) Mở rộng chính sách

kêu gọi đầu tư hoặc hợp tác công ty và vận động, tuyên truyền và giáo dục để nâng cao nhận thức bảo vệ sức khỏe cộng đồng. Trong bốn chiến lược trên nhóm nghiên cứu đã chọn ra chiến lược (2) là chiến lược ưu tiên để xây dựng kế hoạch nâng cấp chuỗi giá trị hành tím trong 5 năm (2013-2017) tại Vĩnh Châu.

Nghiên cứu về chuỗi giá trị Bưởi Da Xanh của Hoàng Văn Việt (2014) tại tỉnh Bến Tre và thị trường tiêu thụ bưởi Da xanh tại Thành phố Hồ Chí Minh. Với mục tiêu phân tích hiện trạng hoạt động của chuỗi giá trị và thị trường tiêu thụ bưởi Da xanh, từ đó tác giả đề xuất các chính sách đối với ngành bưởi Da xanh Bến Tre nhằm phát triển thị trường tiêu thụ, ổn định giá bán và gia tăng thu nhập của các tác nhân, đặc biệt là người nông dân.

Nghiên cứu về chuỗi giá trị Dừa ở Bến Tre do Trần Tiến Khai và cộng sự (2011) thực hiện. Tác giả đã phân tích cấu trúc chuỗi giá trị dừa Bến Tre và sự vận hành của chuỗi giá trị tại thời điểm hiện nay, cũng như các quan hệ kinh tế, thương mại giữa các tác nhân tham gia chuỗi giá trị, các sản phẩm chế biến đa dạng từ cây dừa và khả năng tạo ra công ăn việc làm, thu nhập, đóng góp kinh tế cho địa phương của một số sản phẩm chủ lực. Ngoài ra, nghiên cứu còn chú ý đến việc xác lập hệ thống chiến lược phát triển ngành dừa Bến Tre một cách bền vững để làm nền tảng xây dựng các giải pháp phù hợp để giúp nâng cấp chuỗi giá trị.

Ngoài ra, còn có các nghiên cứu như Chuỗi cung ứng rau Đồng bằng sông Cửu Long theo hướng GAP Trần Thị Ba (2008); Chuỗi giá trị thanh long Bình Thuận, nho Ninh Thuận, bưởi Vĩnh Long, rau TP.Hồ Chí Minh của Axis (2004)... Trong đó, thường có các đề xuất như tổ chức lại vùng sản xuất nguyên liệu, duy trì và nhân rộng các mô hình HTX, tổ chức lại hệ thống lưu thông phân phối, dán nhãn và truy xuất nguồn gốc rau quả, ứng dụng các tiến bộ khoa học – kỹ thuật, quản lý chất lượng rau quả, bảo hiểm giá rau quả...

Từ việc tổng quan các nghiên cứu thực nghiệm cho thấy, các đề tài nghiên cứu trước đây đã tìm hiểu cấu trúc và đưa ra được bản đồ chuỗi giá trị ngành hàng cũng

nghư phân tích chi tiết vai trò, đặc điểm của các tác nhân trong chuỗi tại các địa phương nghiên cứu, đưa ra các giải pháp, các khuyến nghị cần thiết để phát triển chuỗi ở các địa phương trên. Các phân tích này rất hữu ích và đã được tác giả kế thừa trong phân tích luận án. Tuy nhiên, các nghiên cứu trên đa phần chỉ giới hạn trong phạm vi nghiên cứu của một địa phương cho một ngành hàng hoặc một sản phẩm cụ thể như rau an toàn, hành tím, thanh long, xoài, bơ... Trong khi, lĩnh vực rau quả tươi là ngành hàng xuất khẩu được xếp mã HS (Harmony System – Hệ thống Hải hòa) và bản chất sản xuất – kinh doanh nông sản không phụ thuộc vào một địa giới hành chính hoặc một địa phương cụ thể, và vùng KTTĐPN là một trong những vùng động lực kinh tế quan trọng của Việt Nam. Vì thế, tính đặc thù của vùng sản xuất và bản chất của chuỗi liên kết của một ngành hàng rau quả tươi với các yếu tố có liên quan đến tập quán sản xuất – kinh doanh của một khu vực ở qui mô liên tỉnh, lợi thế phát triển ngành chưa được phân tích cụ thể....Ngoài ra, trong các phân tích trên, khung phân tích lý thuyết còn có một số khác biệt, các nghiên cứu trên chưa nhận diện rõ và hệ thống hóa việc tổ chức, điều phối, chiến lược và mối quan hệ quyền lực của các tác nhân khác nhau trong chuỗi liên kết.

#### **2.4. Tổng quan nghiên cứu thực nghiệm về hiệu quả kinh doanh**

Việc lựa chọn các chỉ tiêu chính yếu để đánh giá hiệu quả kinh doanh phụ thuộc vào việc yếu tố nào là then chốt đối với sự thành công của hộ nông dân, hợp tác xã/tổ hợp tác sản xuất, doanh nghiệp. Vì vậy, các chỉ tiêu đo lường hiệu quả hoạt động thường được chia làm nhiều nhóm khác nhau: (i) hiệu quả sản xuất – kinh doanh (doanh thu, mức sinh lời của từng phân khúc khách hàng...; (ii) hiệu quả tài chính (lợi nhuận ròng, các tỷ số thanh khoản, các tỷ số sinh lời, tổng tài sản,...; (iii) hiệu quả xã hội và môi trường (đầu tư vào hoạt động cộng đồng...). Mặc dù khác nhau về nội dung đo lường, các chỉ tiêu này nhìn chung đều phải đáp ứng các tiêu chí sau để đo lường hiệu quả hoạt động một cách chính xác nhất, bao gồm: có mục đích cụ thể, có thể đo lường được, các tiêu chuẩn đặt ra có thể đạt được, phù hợp với đặc thù hoạt động kinh doanh, và giai đoạn hoạt động kinh

doanh. Đối với đánh giá hiệu quả chuỗi liên kết, Luận án tiếp cận việc đánh giá hiệu quả chuỗi liên kết theo phương pháp thông qua chỉ tiêu lợi nhuận đã được tác giả đề cập ở mục 2.1.3.4. Các nghiên cứu thực nghiệm sau đây là cơ sở để tác giả xác định mức độ ảnh hưởng của các yếu tố nội bộ đến hiệu quả kinh doanh chuỗi liên kết rau quả tươi xuất khẩu Vùng KTTĐPN.

#### **2.4.1. Tổng quan nghiên cứu nước ngoài về hiệu quả kinh doanh**

Nghiên cứu của Kolawole (2006) đã kiểm định mối quan hệ các yếu tố quyết định hiệu quả lợi nhuận giữa lúa nước quy mô nhỏ của nông dân trồng lúa quy mô nhỏ ở Nigeria. Kết quả nghiên cứu cho thấy tất cả các yếu tố đầu vào đều có dấu hiệu tác động tích cực trên lợi nhuận của canh tác lúa ở Nigeria ngoại trừ đơn giá phân bón/kg. Dấu hiệu tiêu cực của giá phân bón có thể do ứng dụng sai, dẫn đến việc áp dụng quá mức phân bón của nông dân, vì thế chi phí phát sinh thêm. Bên cạnh đó, kết quả cũng cho thấy hiệu quả lợi nhuận bị ảnh hưởng tích cực bởi (tuổi tác, trình độ học vấn, kinh nghiệm canh tác và quy mô hộ gia đình). Đây là hàm ý trong việc nâng cao hiệu quả sản xuất của nông dân ở Nigeria. Tuy nhiên chính phủ nên ưu tiên cho cả người trẻ và người già tham gia vào canh tác lúa nhằm thu hẹp khoảng cách giữa người già và người trẻ; cùng với các khoản đầu tư vào giáo dục nông thôn thông qua chương trình phân phối khuyến nông hiệu quả sẽ cung cấp cho nông dân những kỹ năng cần thiết để tăng hiệu quả.

Nghiên cứu của Lio và Liu (2006) về năng suất nông nghiệp và ICT: những bằng chứng từ dữ liệu xuyên quốc gia. Kết quả nghiên cứu những biến số ảnh hưởng, tác động đến năng suất trong nông nghiệp và ICT, đó là: doanh thu, lao động (bao gồm cả số lượng và chất lượng - kỹ năng thâm niên trong nghề và trình độ học vấn), số lượng máy móc (khả năng cơ giới hóa và ứng dụng công nghệ), số lượng gia súc, số lượng phân bón.

Nghiên cứu của Huyha và cộng sự (2007) về lợi nhuận trong sản xuất gạo ở phía đông và bắc Uganda. Tác giả đã ước tính mức độ tổn thất lợi nhuận và đề xuất

các can thiệp chính sách bằng dữ liệu chéo gồm 253 hộ gia đình từ ba huyện Đông và Bắc Uganda. Kết quả cho thấy nông dân trồng lúa không hoạt động vì lợi nhuận thấp. Nguyên nhân chính của sự kém hiệu quả là đặc thù của doanh nghiệp, bao gồm giáo dục thấp và khả năng tiếp cận hạn chế dịch vụ mở rộng. Hai yếu tố này đã cản trở việc đạt được kỹ thuật và phân bổ hợp lý hiệu quả. Để cải thiện hiệu quả lợi nhuận sẽ đòi hỏi các chương trình tập trung để tăng khả năng tiếp cận các dịch vụ giáo dục và khuyến nông.

Nghiên cứu Ogunniyi (2011) đã đo lường hiệu quả lợi nhuận giữa các nhà sản xuất ngô ở Tiểu bang Oyo, Nigeria. Tác giả đã sử dụng kỹ thuật lấy mẫu ngẫu nhiên phân tầng đã được sử dụng để chọn 240 nhà sản xuất ngô. Kết quả cho thấy giáo dục, kinh nghiệm, mở rộng và việc làm phi nông nghiệp là những yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến hiệu quả lợi nhuận. Điều này ngụ ý rằng lợi nhuận không hiệu quả trong sản xuất ngô có thể là giảm đáng kể với sự cải thiện về trình độ giáo dục của những người nông dân trong mẫu khảo sát.

Oladeebo và Oluwaranti (2012) đã kiểm định sự khác biệt về hiệu quả lợi nhuận trong sản xuất sắn giữa các nông trại ở vùng Tây Nam Nigeria. Dữ liệu gồm 109 quan sát của các nhà sản xuất sắn thông qua bảng câu hỏi có cấu trúc và các cuộc phỏng vấn chuyên sâu. Kết quả cho thấy khoảng 51% số hộ sản xuất sắn đã có giáo dục chính thức; khoảng 50% có hơn mười năm kinh nghiệm canh tác trong khi độ tuổi trung bình, hộ gia đình quy mô và quy mô trang trại của người trả lời lần lượt là 46 năm, 8 người và 3 ha. Kết quả của phân tích tiếp tục cho thấy hiệu quả lợi nhuận của nông dân dao động từ 20% đến 91%, trong khi mức hiệu quả lợi nhuận trung bình là 79%, điều này cho thấy ước tính mất 21% lợi nhuận là do sự kết hợp thiếu hiệu quả về kỹ thuật và phân bổ. Bên cạnh đó, quy mô hộ gia đình và quy mô trang trại là những yếu tố quan trọng ảnh hưởng tích cực đến hiệu quả lợi nhuận.

#### **2.4.2. Tổng quan nghiên cứu trong nước về hiệu quả kinh doanh**

Tác giả Nguyễn Quốc Nghi và Lưu Thanh Đức Hải (2009) thực hiện phân tích tình hình sản xuất, tiêu thụ và giải pháp nâng cao hiệu quả sản xuất khóm ở tỉnh Hậu Giang. Phương pháp xếp hạng được sử dụng để xác định các yếu tố chính ảnh hưởng trực tiếp đến kết quả sản xuất và tiêu thụ sản phẩm khóm. Mô hình hồi qui tuyến tính được áp dụng để phân tích và xác định các nhân tố ảnh hưởng đến năng suất cũng như lợi nhuận kinh tế của nông hộ. Kết quả nghiên cứu cũng cho thấy, biến chi phí lao động và biến năng suất ảnh hưởng đến lợi nhuận kinh tế của nông hộ khi tham gia sản xuất khóm trên địa bàn tỉnh Hậu Giang.

Tác giả Nguyễn Tiến Dũng và cộng sự (2014) thực hiện nghiên cứu về các yếu tố ảnh hưởng đến thu nhập của người nông dân trồng lúa ở Cần Thơ. Nghiên cứu tiến hành khảo sát 190 hộ gia đình trồng lúa thuộc các huyện Vĩnh Thạnh, Cờ Đỏ, Thới Lai thuộc thành phố Cần Thơ để phân tích mức độ ảnh hưởng của ngành trồng lúa đến thu nhập của nông hộ. Các phương pháp được sử dụng trong nghiên cứu này là thống kê mô tả và hồi quy đa biến. Kết quả cho thấy, thu nhập của người trồng lúa vẫn còn thấp. Nghiên cứu cũng xác định các yếu tố như diện tích canh tác, chi tiêu sản xuất, giá lúa, sản lượng lúa và giới tính ảnh hưởng khá mạnh mẽ đến thu nhập của người trồng lúa.

Tác giả Nguyễn Văn Tiến và Phạm Lê Thông (2014) thực hiện nghiên cứu phân tích hiệu quả kinh tế của nông hộ trồng sen trên địa bàn tỉnh Đồng Tháp. Kết quả ước lượng bằng phương pháp OLS cho thấy các yếu tố như vốn vay, trình độ học vấn và diện tích đất canh tác ảnh hưởng đến hiệu quả kinh tế của nông hộ trồng sen. Hộ sản xuất bằng vốn tự có sẽ đạt hiệu quả kinh tế cao hơn hộ sản xuất dựa trên vốn vay. Vốn tự có có thể giúp nông dân trang trải kịp thời các khoản chi phí phát sinh trong quá trình sản xuất, tiêu thụ nên có thể làm tăng hiệu quả của hoạt động sản xuất. Trình độ học vấn của nông hộ càng cao thì sản xuất đạt hiệu quả càng cao, vì hộ có trình độ học vấn cao thì dễ tiếp thu khoa học kỹ thuật và tiếp cận thông tin thị trường nhanh hơn hộ có trình độ thấp. Diện tích của nông hộ càng lớn

thì sản xuất đạt hiệu quả thấp hơn hộ có diện tích nhỏ. Điều này cho thấy quá trình sản xuất, tiêu thụ sen của nông hộ trên địa bàn không có tính kinh tế nhờ quy mô. Kết quả này có thể là do trình độ canh tác và quản lý của nông dân chưa cao nên không thể đảm đương tốt những vấn đề phát sinh khi sản xuất với quy mô lớn, do vậy, làm giảm hiệu quả của quá trình sản xuất lớn. Ảnh hưởng của yếu tố tham gia tập huấn tuy không có ý nghĩa về mặt thống kê do đa số nông hộ trồng sen theo kinh nghiệm truyền thống. Điều này cho thấy công tác tập huấn chưa mang lại lợi ích thiết thực cho các nông hộ.

Tác giả Nguyễn Tiến Dũng và Lê Khương Ninh (2015) thực hiện nghiên cứu về các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả kinh tế trong sản xuất lúa của nông hộ ở Thành phố Cần Thơ. Thông qua hệ thống dữ liệu sơ cấp thu thập từ 815 nông hộ được chọn theo phương pháp ngẫu nhiên. Kết quả nghiên cứu cho thấy hiệu quả kinh tế trong sản xuất lúa của các nông hộ tương đối thấp và chịu ảnh hưởng của các yếu tố nội tại như quy mô diện tích, phương thức mua vật tư, phương thức bán lúa, số lượng lao động gia đình, tập quán canh tác và lượng tiền nhân rồi, bên cạnh các yếu tố ngoại biên như thực trạng hỗ trợ tiêu thụ sản phẩm, khoảng cách từ nơi sinh sống của nông hộ các điểm chợ,... Trên cơ sở kết quả ước lượng, nghiên cứu đề xuất giải pháp nâng cao hiệu quả kinh tế trong sản xuất lúa nhằm cải thiện thu nhập cho nông hộ trồng lúa ở Thành phố Cần Thơ.

Tác giả Trịnh Thanh Nhân (2015) thực hiện nghiên cứu về các yếu tố hạn chế năng suất và lợi nhuận trồng mía tại tỉnh Sóc Trăng. Số liệu được thu thập thông qua phỏng vấn trực tiếp 198 hộ nông dân trồng mía. Kết quả phân tích cho thấy nông dân trồng mía trên quy mô nhỏ, trung bình chỉ có 0,7 ha/hộ. Năng suất mía tăng khi tăng lượng năng lượng sử dụng tưới mía. Năng suất mía giảm khi mía được trồng sau tháng tư, thu hoạch dưới 10 tháng hoặc trên 12 tháng tuổi và lưu gốc mía từ vụ trước. Lợi nhuận trồng mía tăng lên khi diện tích đất canh tác lớn, tưới nhiều hơn và nông dân tham gia hội nông dân. Tuy nhiên, đầu tư nhiều phân bón, giống,

thuốc bảo vệ thực vật, lao động thuê, trồng mía trễ, thu hoạch sớm hoặc trễ làm giảm lợi nhuận trồng mía.

Tác giả Lê Đình Hải và Lê Ngọc Diệp (2016) thực hiện nghiên cứu các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả kinh tế sản xuất mía nguyên liệu ở quy mô nông hộ tỉnh Nghệ An. Bằng dữ liệu sơ cấp thu thập được, kết quả nghiên cứu cho thấy số năm kinh nghiệm, giá bán, số lần tham gia tập huấn, chi phí sản xuất, thâm canh có ảnh hưởng một cách đáng kể đến hiệu quả kinh tế sản xuất.

Tác giả Nguyễn Tuấn Kiệt (2017) thực hiện nghiên cứu phân tích hiệu quả hoạt động sản xuất lúa của chương trình cùng nông dân ra đồng với doanh nghiệp tại huyện Vĩnh Hưng, tỉnh Long An thông qua chỉ tiêu lợi nhuận mà nông hộ đạt được. Kết quả nghiên cứu cho thấy các yếu tố phân thuốc, diện tích, số năm kinh nghiệm, trình độ học vấn, việc tham gia tập huấn của người dân có tác động đến hiệu quả hoạt động sản xuất.

Từ các kết quả nghiên cứu thực nghiệm, khung phân tích về các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả kinh doanh chuỗi liên kết rau quả tươi xuất khẩu Vùng KTTĐPN được kế thừa từ các nghiên cứu bao gồm 4 nhóm: (i) Đặc điểm chủ hộ; (ii) Đặc điểm đầu vào; (iii) Đặc điểm sản xuất và (iv) Đặc điểm đầu ra. Chi tiết khung phân tích và đo lường các biến số được tác giả trình bày tại Chương 3.

Bảng 2.3: Tổng hợp các nghiên cứu chính liên quan

| Tác giả           | Quốc gia     | Phương pháp | Kết quả nghiên cứu                                                                                                                                                                                                                                         |
|-------------------|--------------|-------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Kolawole (2006)   | Nigeria      | OLS         | Các yếu tố đầu vào, tuổi tác, trình độ học vấn, kinh nghiệm canh tác và quy mô hộ có tác động tích cực đến hiệu quả sản xuất ngoại trừ đơn giá phân bón.                                                                                                   |
| Lio và Liu (2006) | 343 quốc gia | FGLS        | Doanh thu, lao động (bao gồm cả số lượng và chất lượng - kỹ năng thâm niên trong nghề và trình độ học vấn), số lượng máy móc (khả năng cơ giới hóa và ứng dụng công nghệ), số lượng gia súc, số lượng phân bón có tác động tích cực đến hiệu quả sản xuất. |

| <b>Tác giả</b>                               | <b>Quốc gia</b>        | <b>Phương pháp</b>       | <b>Kết quả nghiên cứu</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|----------------------------------------------|------------------------|--------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Huyha và cộng sự (2007)                      | Đông và Bắc uganda     | Kiểm định khác biệt nhóm | Khả năng tiếp cận các dịch vụ giáo dục và khuyến nông có tác động đến hiệu quả sản xuất.                                                                                                                                                                                                                           |
| Ogunniyi (2011)                              | Tiểu bang Oyo, Nigeria | MLE                      | Giáo dục, kinh nghiệm, mở rộng và việc làm phi nông nghiệp là những yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến hiệu quả lợi nhuận.                                                                                                                                                                                            |
| Oladeebo và Oluwaranti (2012)                | Tây Nam Nigeria        | MLE                      | Quy mô hộ gia đình và quy mô trang trại là những yếu tố quan trọng ảnh hưởng tích cực đến hiệu quả lợi nhuận.                                                                                                                                                                                                      |
| Nguyễn Quốc Nghi và Lưu Thanh Đức Hải (2009) | Hậu Giang (Việt Nam)   | OLS                      | Chi phí lao động và biến năng suất ảnh hưởng đến lợi nhuận kinh tế.                                                                                                                                                                                                                                                |
| Nguyễn Tiến Dũng và cộng sự (2014)           | Cần Thơ (Việt Nam)     | OLS                      | Diện tích canh tác, chi tiêu sản xuất, giá lúa, sản lượng lúa và giới tính ảnh hưởng khá mạnh mẽ đến thu nhập của người trồng lúa.                                                                                                                                                                                 |
| Nguyễn Văn Tiến và Phạm Lê Thông (2014)      | Đồng Tháp (Việt Nam)   | OLS                      | Vốn vay, trình độ học vấn và diện tích đất canh tác ảnh hưởng đến hiệu quả kinh tế của nông hộ.                                                                                                                                                                                                                    |
| Nguyễn Tiến Dũng và Lê Khương Ninh (2015)    | Cần Thơ (Việt Nam)     | OLS                      | Quy mô diện tích, phương thức mua vật tư, phương thức bán lúa, số lượng lao động gia đình, tập quán canh tác và lượng tiền nhân rồi, bên cạnh các yếu tố ngoại biên như thực trạng hỗ trợ tiêu thụ sản phẩm, khoảng cách từ nơi sinh sống của nông hộ các điểm chợ,... ảnh hưởng đến hiệu quả kinh tế của nông hộ. |
| Trịnh Thanh Nhân (2015)                      | Sóc Trăng (Việt Nam)   | OLS                      | Diện tích đất canh tác, nhiều phân bón, giống, thuốc bảo vệ thực vật, lao động thuê, thời điểm thu hoạch có tác động đến hiệu quả sản xuất.                                                                                                                                                                        |
| Lê Đình Hải và Lê Ngọc Diệp (2016)           | Nghệ An (Việt Nam)     | OLS                      | Số năm kinh nghiệm, giá bán, số lần tham gia tập huấn, chi phí sản xuất, thâm canh có ảnh hưởng một cách đáng kể đến hiệu quả kinh tế sản xuất.                                                                                                                                                                    |
| Nguyễn Tuấn Kiệt (2017)                      | Long An (Việt Nam)     | OLS                      | Phân thuốc, diện tích, số năm kinh nghiệm, trình độ học vấn, việc tham gia tập huấn của người dân có tác động đến hiệu quả hoạt động sản xuất.                                                                                                                                                                     |

*Nguồn: Tác giả tổng hợp*

## 2.5. Bài học kinh nghiệm về phát triển chuỗi liên kết

### 2.5.1. Bài học kinh nghiệm nước ngoài

Trên thế giới có nhiều bài học có thể rút ra từ các nước tiên tiến có liên quan đến chuỗi liên kết hoặc chuỗi cung ứng. Tuy nhiên, trong khuôn khổ của một luận án, tôi xin trình bày 2 bài học từ 2 quốc gia trong khu vực Đông Nam Á, có điều kiện tự nhiên, xã hội tương đối gần gũi với Việt Nam để tham khảo. Đó là Thái Lan và Malaysia.

#### 2.5.1.1. Bài học từ Thái Lan: Cụm sản xuất rau cho Nhật Bản và dự án Thai Fresh

Miền bắc Thái Lan gồm các tỉnh Chiang Mai, Chiang Rai, Lamphun và Mae Hong Son là một trong những vùng nông nghiệp quan trọng nhất của Thái Lan. Với lợi thế khí hậu cao nguyên cận nhiệt đới, khu vực này đã đề ra mục tiêu rõ ràng trở thành cụm sản xuất rau cho Nhật với sản phẩm tập trung rõ ràng là rau chế biến. Cụ thể, hai sản phẩm chủ đạo mang lại giá trị cao nhất là đậu xanh và đậu tây. Hiện tại, Thái Lan là nước xuất khẩu rau chế biến lớn thứ hai vào Nhật Bản. Chỉ nhờ vào công ty Thái liên doanh với các công ty Nhật tập trung sản xuất tại địa bàn Chiang Mai, Chiang Rai và Lampung và xuất toàn bộ sang Nhật (chiếm 9% tổng số lượng nhập của Nhật). Theo số liệu mới nhất, sản lượng xuất khẩu sang Nhật dao động từ 8-10 ngàn tấn, chiếm gần 1/3 sản lượng rau đông lạnh xuất khẩu của Thái Lan.

*Bài học thứ nhất* trong mô hình này là **khả năng nắm bắt cơ hội**. Nếu nhìn về 20 năm trước, sản lượng xuất khẩu đậu xanh và đậu tây của Bắc Thái Lan qua Nhật rất mờ nhạt, không đáng kể. Vào những năm 90 của thế kỷ 20, nắm bắt cơ hội về một số vấn đề của đối thủ, đó là giá nhân công tăng ở Đài Loan và mối quan ngại về dư lượng trừ sâu tại Trung Quốc, chính phủ Thái Lan đã quyết định nắm bắt cơ hội và đặt mọi nguồn lực tập trung mục tiêu sản phẩm rau chế biến và chọn Nhật Bản là thị trường chủ đạo.

*Bài học thứ hai* trong mô hình này là **sự kết nối chặt chẽ thị trường** Nhật Bản thông qua hợp tác với các công ty Nhật Bản. Ngay khi nhận ra cơ hội thị trường ở Nhật Bản, chính phủ Thái Lan đã hỗ trợ cho khối tư nhân tấn công thị trường Nhật Bản bằng cách **liên kết bốn thành phần**: Chính quyền địa phương, công ty tư nhân, ngân hàng và nông dân. Những hỗ trợ cho khối tư nhân tập trung chủ yếu vào những hỗ trợ tài chính như ưu đãi thuế và chương trình vay lãi suất thấp cho nông dân thông qua ngân hàng tư nhân. Hơn nữa, chính phủ cũng chọn ra 3 công ty chủ chốt để hỗ trợ và kết nối liên doanh với Nhật. Mỗi liên kết và tỉ lệ sở hữu của các công ty này như sau: Chang Mai Frozen: Thái Lan (30%), Đài Loan (30%) & Nhật – Itochu Corp. (19%)/ Union Frost: Thái Lan (58%), Nhật bao gồm Mitsubishi (10%) và Kewpie (27%)/ Lanna Agro: Thái Lan (85%) và Nhật (15%). Vai trò của mỗi bên trong mỗi liên kết căn cứ trên lợi thế cạnh tranh của mỗi công ty: (1) Công ty Thái Lan đảm nhận phần nguyên liệu canh tác đầu vào, trồng, thu hoạch và chế biến. (2) Đối tác Nhật do hiểu thị trường Nhật Bản sẽ lo phần tìm kiếm khách hàng và xuất khẩu sang Nhật Bản.

Ngoài ra, về thực tiễn nghiên cứu và ứng dụng chuỗi liên kết, hai dự án phát triển chuỗi cung ứng ở Thái Lan được phân tích để có thể trở thành bài học tham khảo tốt cho Việt Nam, đó là:

**Dự án TOPS Thailand:** đây là một công ty bán lẻ với khoảng 50 siêu thị tại Bangkok và Chiangmai. Ban quản trị đã quyết định áp dụng một hệ thống chứng nhận an toàn thực phẩm nhằm nâng cao vị thế cạnh tranh của họ và để củng cố hình ảnh của họ về một siêu thị chất lượng. Việc áp dụng này đã tạo ra một hệ thống các nhà cung ứng ưu tiên có được giấy chứng nhận về thực hành nông nghiệp tốt (GAP) của Bộ Nông nghiệp.

Bài học kinh nghiệm từ dự án TOPS Thailand gồm: **(1)** Sự hội nhập của các hộ nhỏ trong chuỗi cung ứng của TOPS đã giảm xuống. Họ đã quyết định tập trung vào cắt giảm các chi phí giao dịch và cải thiện mức độ an toàn thực phẩm. Kết quả là một quá trình lựa chọn trong số các nhà cung ứng ban đầu đã được bắt đầu. Ngay

càng có nhiều người trồng chuyên nghiệp và tiên tiến hơn và các thương lái đã đạt được một vị thế ưu đãi (2) Các nhà hoạch định chính sách tư và công không nên dựa quá nhiều vào sự hợp tác của các doanh nhân trong các qui trình xác nhận vì các thương lái rau quả và bộ phận mua hàng cảm thấy mình bị hạn chế về quyền tự do giao dịch bởi các yêu cầu của chứng nhận. (3) Các nhà nghiên cứu ở trường đại học có thể đóng một vai trò cầu nối trong việc phát triển chuỗi cung ứng như là một nhà trung gian giữa các bên công và tư nhân.

**Dự án Fresh Partners Thailand:** đây là một công ty xuất khẩu hàng rau quả từ Thái Lan sang Hà Lan và các nước châu Âu. Ban quản trị đã quyết định phát triển một chuỗi chất lượng tích hợp để thực hiện đúng các yêu cầu an toàn thực phẩm ngày càng tăng tại Liên minh châu Âu và Nhật Bản.

Bài học kinh nghiệm từ dự án Thai Fresh, đó là: (1) Việc thành lập trung tâm phân phối và đóng gói tại sân bay Bangkok là bước đầu tiên để quản lý tốt hơn chất lượng sản phẩm và an toàn thực phẩm. Trung tâm phân phối và đóng gói có thể được coi là trung tâm giá trị gia tăng, nơi phân loại và các tiêu chuẩn được thực hiện và là nơi tuân thủ các tiêu chuẩn này. (2) Việc xây dựng trung tâm sau thu hoạch trong khu vực sản xuất của tỉnh Ratchaburi kiêm cả chức năng như một trung tâm cung cấp cho người trồng nhiều kiến thức, dịch vụ và các nguyên vật liệu nông nghiệp đầu vào để họ có thể áp dụng các thực hành nông nghiệp tốt và các kỹ thuật quản lý cây trồng liên hợp. Cam kết từ các nhà trồng trọt được tạo ra thông qua các thỏa thuận hợp đồng mua sắm và bằng cách làm cho họ trở thành các cổ đông của trung tâm sau thu hoạch khu vực. (3) Chiến lược xây dựng năng lực ở các cấp độ khác nhau của chuỗi cung ứng đã giúp các nhà trồng trọt qui mô nhỏ nối kết với các tiêu chuẩn quốc tế. Đồng thời, sự tham gia của các thương lái trung gian đã giảm đi. (4) Việc thực hiện các phân loại và cả việc kiểm toán và kiểm tra sự tuân thủ đã hoàn toàn nằm trong tay tư nhân. Các cơ quan chính phủ như Bộ Nông nghiệp và Cục Xúc tiến xuất khẩu đã không được đóng một vai trò tích cực. do phương tiện tài chính hạn chế và thiếu năng lực điều hành (5) Các nhà nghiên cứu của LEI đã

tiếp cận với tất cả các bên liên quan và sắp xếp một cuộc đối thoại Thái Lan - Hà Lan về an toàn thực phẩm. Kinh nghiệm này một lần nữa cho thấy tiềm năng của các nhà nghiên cứu trong việc đưa các bên công và tư nhân ngồi lại với nhau trong các cuộc đối thoại, hội thảo, bài giảng, ... Các yếu tố quan trọng nhất trong chuỗi chất lượng của Thai Fresh là việc cung cấp các nguyên vật liệu đầu vào (cơ sở để thực hành nông nghiệp tốt) và cung cấp quyền tiếp cận thị trường cả trong và ngoài nước.

#### **2.5.1.2. Bài học từ Malaysia: Chuỗi liên kết xuất khẩu từ Cameron**

Cameron là một trong những vùng đồi núi cao nguyên rộng nhất của Malaysia. Nơi đây có điều kiện tự nhiên tương tự Lâm Đồng. Tuy nhiên, nếu so sánh về điều kiện thổ nhưỡng và cơ sở hạ tầng thì Cameron đang phải đối mặt với nhiều bất lợi hơn so với Lâm Đồng như: quỹ đất rất hạn chế và nhiều đồi núi, không có sân bay, đường lại rất nhỏ với nhiều điểm cua quẹo. Từ năm 2007, Cameron đã theo đuổi mục tiêu trở thành nhà cung cấp “rau chất lượng số 1 khu vực ASEAN” do thủ tướng Abudullah khởi xướng.

**Chiến lược thị trường:** Sau khi khảo sát, Cameron xác định chọn Singapore là thị trường xuất khẩu chiến lược. Lý do chọn Singapore trở thành thị trường tập trung là dựa trên phân tích hai ưu thế. Thứ nhất, đa phần nông dân ở Cameron là người Hoa nên họ sẽ có liên hệ với các thương lái nhập khẩu gốc Hoa ở Singapore. Thứ hai, liên quan tới lợi thế khoảng cách địa lý. Singapore là thị trường gần nhất trong điều kiện không thể phát triển được cơ sở hạ tầng.

**Chiến lược sản phẩm:** Cameron xác định tập trung vào cà chua và các loại rau yêu cầu thâm dụng lao động trong canh tác như cà tím và ớt chuông vì biết rõ rằng không thể cạnh tranh lại hai đối thủ lớn là Trung Quốc và Úc về các loại rau củ (như cà rốt và khoai tây) do quy mô quỹ đất nhỏ hơn rất nhiều. Hơn nữa, điều kiện đồi núi nơi đây là trở ngại lớn trong việc cơ giới hóa việc canh tác và trồng trọt. Cạnh tranh chi phí sản xuất không phải là thế mạnh của tỉnh này. Thay vào đó,

Cameron tập trung vào các loại rau giá trị cao mà các đối thủ khác bị bất lợi hơn do khoảng cách vận chuyển xa và chi phí lao động cao.

Để thực hiện chiến lược này, chính quyền Cameron chọn MAFC, một công ty 50% vốn nhà nước để hỗ trợ. Công ty này hợp tác với nông dân, đầu tư vào khâu xử lý sau thu hoạch và kết nối với các nhà bán lẻ để giải quyết đầu ra. Cùng với các công ty lớn như Kwang và Sons, cà chua Cameron sớm tạo được chỗ đứng vững chắc tại thị trường Malaysia và Singapore. Hiệu quả kinh tế từ nông nghiệp tại Cameron cao hơn nhiều so với Lâm Đồng. GDP đầu người của vùng này cao gấp 6 lần. Sản phẩm nông nghiệp giá trị cao với chất lượng đồng đều và bao bì đa dạng. Hiện tại Cameron đáp ứng 65% nhu cầu nội địa, đồng thời chiếm lĩnh 45% thị trường Singapore.

Từ bài học thành công của Cameron, hai vấn đề quan trọng được rút ra, đó là xây dựng *chiến lược tập trung* và *vai trò của chính quyền địa phương* trong việc khởi xướng và hỗ trợ xây dựng chiến lược.

### **2.5.2. Bài học kinh nghiệm trong nước**

Hiện nay, nhiều doanh nghiệp lớn đã tiến hành đầu tư nông nghiệp bài bản theo chuỗi liên kết với quy mô lớn như Vingroup, PAN Group, Hoàng Anh Gia Lai, Lộc Trời, NutiFood, Dalat Hasfarm, Ecofarm, tập đoàn FPT, công ty Elcom, Vinaseed, Thaco... Quan sát diễn biến hoạt động của các doanh nghiệp có liên quan đến chuỗi liên kết rau quả tươi xuất khẩu, tôi thấy xu hướng phát triển đi theo mô thức như sau:

#### **2.5.2.1. Công ty Đầu tư Phát triển Sản xuất Nông nghiệp VinEco**

Vingroup đang triển khai chương trình hỗ trợ và liên kết với 1.000 Hợp tác xã và hộ nông dân sản xuất nông nghiệp nhằm tạo nguồn thực phẩm sạch, an toàn; đồng thời, góp phần xây dựng tư duy sản xuất hiện đại, bài bản và hiệu quả cho người nông dân, trực tiếp đào tạo và hướng dẫn các hộ nông dân có nhu cầu về quy

trình sản xuất sạch; Hỗ trợ công nghệ, kỹ thuật và giống; Kiểm soát chất lượng trong quá trình sản xuất và trước thu hoạch; Thu mua sản phẩm và hỗ trợ phát triển thương hiệu. Với việc kiểm soát khép kín từ đồng ruộng đến siêu thị, Chương trình sẽ cắt giảm được tối đa các khâu trung gian, tập trung nâng cao chất lượng nông sản cung ứng ra thị trường. Chuỗi bao gồm các nhà sản xuất nhỏ, các HTX, và công ty phát triển chuỗi theo hướng không bị loại trừ (bao gồm).

#### **2.5.2.2. Công ty CP Bảo vệ thực vật An Giang**

Công ty CP Bảo vệ thực vật An Giang đang triển khai chuỗi giá trị lúa gạo thông qua chương trình “Cánh đồng lớn” với diện tích vùng trồng lúa lên tới 65.600 ha vào năm 2014 và tăng lên 320.000 ha vào năm 2018. Công ty ký hợp đồng sản xuất lúa với hơn 28.000 hộ nông dân tại 11 tỉnh ĐBSCL, đầu tư 5 nhà máy chế biến lúa gạo, tổng công suất 700.000 tấn/năm, dự kiến sẽ nâng lên 12 nhà máy, tổng công suất 2.400.000 tấn/năm vào năm 2018. Hiện công ty đã có 1.200 kỹ sư, cán bộ nông nghiệp “ba cùng” hướng dẫn kỹ thuật canh tác trực tiếp cho nông dân ngay tại đồng ruộng. Công ty đóng vai trò là nhà đầu tư tổ chức sản xuất, ứng dụng KHKT; người chăn nuôi nhận khoán theo định mức chi phí và được hỗ trợ một phần chi phí xây dựng cơ bản ban đầu, chi phí lao động và sản xuất. Công ty Lộc Trời với chuỗi giá trị nông nghiệp từ giống cây trồng, thuốc bảo vệ thực vật, sản phẩm dinh dưỡng hữu cơ sinh học, sản phẩm gạo, đóng gói bao bì tạo ra một vòng đời khép kín cho sản phẩm. Từ một công ty tự sản xuất, sau đó đã tiến hành mở rộng qui mô và hợp tác với các nông hộ, HTX, công ty cũng phát triển chuỗi với sự tham gia của các chủ thể sản xuất nhỏ lẻ từ hướng bị loại trừ sang hướng không bị loại trừ (bao gồm).

#### **2.5.2.3. PAN Group**

PAN Group với các sản phẩm nông nghiệp xuất khẩu đi hơn 20 quốc gia trên thế giới và đang tiếp tục đầu tư hơn 2.000 tỷ đồng vào nông nghiệp thông qua các thương vụ mua bán và sáp nhập (M&A). Riêng PAN group đang phát triển chuỗi

theo hướng bị loại trừ, tức trong chuỗi cung ứng của công ty không có sự tham gia của các nông hộ, HTX, tức theo hướng bị loại trừ.

Nhìn chung, các tập đoàn trong nước thiết lập các chuỗi theo hướng không bị loại trừ, tức bao gồm cả những nhà sản xuất nhỏ, các HTX. Họ sẽ tham gia vào chuỗi, là một thành tố tích cực trong chuỗi, gắn quyền lợi và trách nhiệm trong chuỗi. Điều này có thể xuất phát từ sự hiểu biết về văn hóa của người sản xuất trong nước, tình hình kinh tế - xã hội Việt Nam, các chính sách của chính phủ và địa phương, sự am tường về thị trường nội địa...nên các tập đoàn trong nước có xu hướng tích hợp người sản xuất nhỏ, HTX vào trong chuỗi, không loại trừ họ ra khỏi chuỗi. Còn các tập đoàn nước ngoài lại có xu hướng tích tụ đất đai để tự sản xuất, thuê nhân công canh tác, xu hướng này đẩy người sản xuất nhỏ, các HTX ra khỏi chuỗi.

Việt Nam nằm trong nhóm thị trường mới nổi với các đặc trưng chủ yếu như trong bảng 2.2 và độ tập trung thị trường <20%. Tuy nhiên, trong một thị trường, luôn luôn có sự đan xen lẫn nhau giữa các hình thái, cấp độ tập trung của các nhóm, tức vẫn còn tàn dư của hình thái cũ, mầm mống của hình thái mới và hình thái chủ lực, nổi bật hiện tại. Trong trường hợp của ngành hàng rau quả xuất khẩu của Việt Nam nói chung và của vùng KTTĐPN nói riêng, có sự đan xen giữa thị trường phân mảnh, thị trường mới nổi và thị trường trưởng thành. Tất nhiên, yếu tố nổi bật tạo nên sự khác biệt của thị trường Việt Nam theo đánh giá của các học giả trường đại học Wageningen vẫn là thị trường mới nổi chiếm đa số.

## TÓM TẮT CHƯƠNG 2

Chương 2 đã trình bày và phân tích các lý thuyết kinh tế có liên quan đến luận án như: Lý thuyết lợi thế kinh tế theo quy mô, lý thuyết Heckscher-Ohlin, lý thuyết về vòng đời sản phẩm của Raymond Vernon, lý thuyết chi phí cơ hội của Gottfried Haberler, lý thuyết mới về thương mại của Paul Krugman, lý thuyết về mô hình “Viên kim cương” của Michael Porter, lý thuyết liên kết kinh tế vùng của Hirschman. Về tổng quan nghiên cứu thực nghiệm ngoài nước liên quan đến chuỗi liên kết, luận án đã trình bày và phân tích các nghiên cứu nước ngoài về các chuỗi liên kết và hiệu quả kinh doanh của các nhà kinh tế học như Thomas Friedman, C.J. Corbett, J.D. Blackburn and L.N. Van Wassenhove, Handfield Robert, Jenny Backstrand, Albert O. Hirschman, Barrat và Oliveira. Về tổng quan nghiên cứu thực nghiệm trong nước liên quan đến chuỗi liên kết, có các nghiên cứu của Viện nghiên cứu chính sách lương thực quốc tế, Bộ Thương Mại Việt Nam, tác giả Đào Thế Anh và cộng sự, Võ Thị Thanh Lộc & Nguyễn Phú Sơn, Hoàng Văn Việt, Trần Tiến Khai và cộng sự, Trần Thị Ba.

Về tổng quan nghiên cứu thực nghiệm nước ngoài có liên quan đến hiệu quả kinh doanh, luận án đã trình bày các nghiên cứu của Kolawole, của Lio và Liu, của Huyha và cộng sự, của Ogunniyi, của Oladeebo và Oluwaranti. Về tổng quan nghiên cứu thực nghiệm trong nước có liên quan đến hiệu quả kinh doanh, có các nghiên cứu của Nguyễn Quốc Nghi và Lưu Thanh Đức Hải, của Nguyễn Tiến Dũng và cộng sự, của Nguyễn Văn Tiến và Phạm Lê Thông, của Trịnh Thanh Nhân, của Lê Đình Hải và Lê Ngọc Diệp, của Nguyễn Tuấn Kiệt

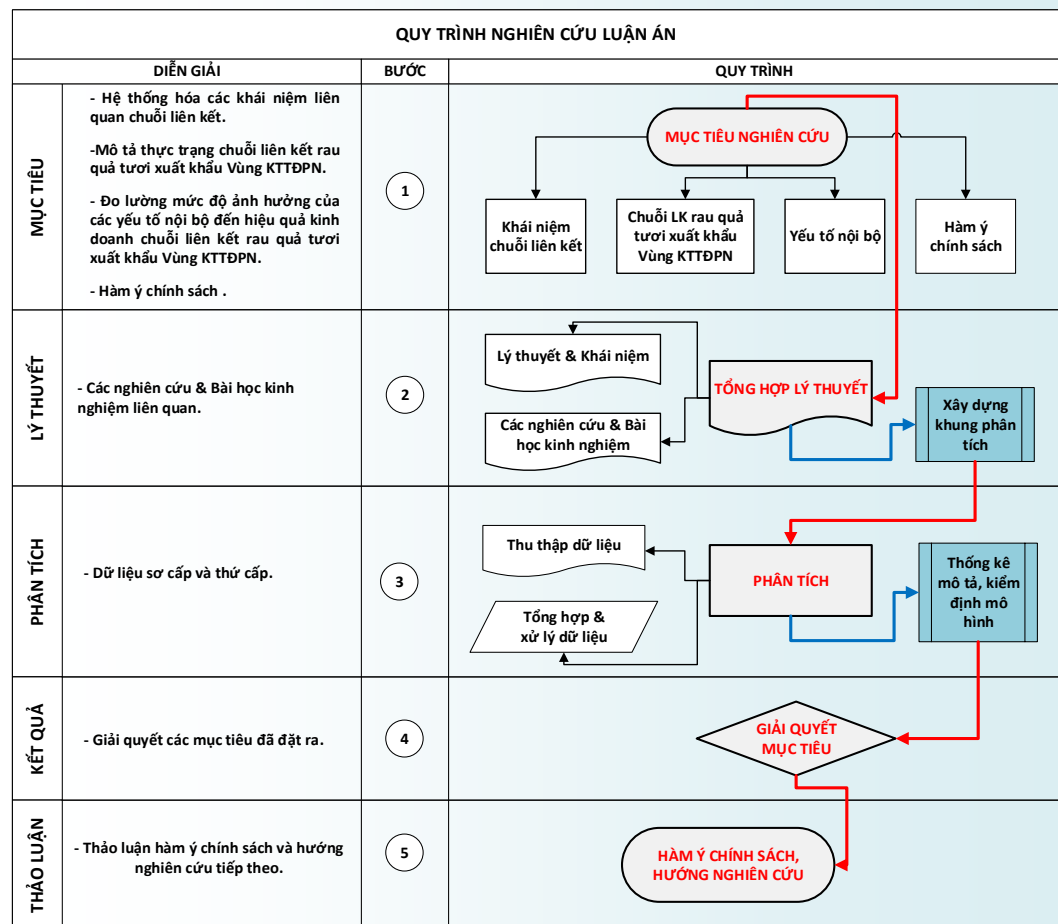
Luận án cũng đã nghiên cứu các kinh nghiệm phát triển chuỗi liên kết ở Thái Lan, Malaysia cũng như của 3 công ty trong nước. Qua đó, rút ra các bài học trong điều kiện ở Việt Nam cùng với kinh nghiệm tổ chức và vận hành chuỗi liên kết ở qui mô liên tỉnh. Các nội dung trong chương 2 làm nền tảng lý thuyết cho việc nghiên cứu về chuỗi liên kết rau quả tươi xuất khẩu vùng KTTĐPN.

## CHƯƠNG 3.

### PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

#### 3.1. Quy trình nghiên cứu của luận án

Quy trình nghiên cứu của luận án được biểu diễn bằng sơ đồ sau:



Hình 3.1: Quy trình nghiên cứu

*Nguồn: Tác giả tổng hợp*

#### 3.2. Khung phân tích

##### 3.2.1. Khung phân tích chuỗi giá trị rau quả tươi xuất khẩu Vùng KTTĐPN

Hiện nay, trên thế giới có nhiều khung phân tích chuỗi giá trị khác nhau được sử dụng để nghiên cứu. Các tác giả sẽ lựa chọn một khung phân tích hoặc

phối hợp nhiều khung phân tích có điều chỉnh để phù hợp cho mục đích nghiên cứu của mình. Một số khung phân tích phổ biến và hiệu quả hiện nay do các chuyên gia, tổ chức quốc tế xây dựng như phương pháp luận thúc đẩy chuỗi giá trị của GTZ (2007), khung phân tích để chuỗi giá trị hiệu quả hơn vì người nghèo của M4P (2008), khung phân tích chuỗi giá trị theo tài chính và kinh tế của FAO, và khung phân tích chuỗi giá trị doanh nghiệp của Micheal Porter. Chuỗi liên kết cũng căn cứ vào các khung phân tích như trên nhưng có bổ sung phân tích tác động, điều phối, chiến lược và mối quan hệ quyền lực của các tác nhân tham gia trong chuỗi.

### **3.2.1.1. Chuỗi giá trị hiệu quả hơn với người nghèo của M4P**

Với mục tiêu phân tích chuỗi giá trị phục vụ cho việc gia tăng thu nhập cho người nghèo, mô hình của M4P thiên về phân tích chi phí - lợi nhuận và phân chia thu nhập giữa các tác nhân trong chuỗi. Cơ sở để gia tăng thu nhập cho người nghèo theo 2 cách: (i) gia tăng tổng giá trị hay thu nhập của chuỗi; (ii) tăng tỷ lệ phân chia thu nhập cho người nghèo. Mô hình phân tích chuỗi giá trị của M4P chỉ tập trung đi vào phân tích chuỗi giá trị với 8 công cụ với các bước cụ thể khác nhau: (i) Lựa chọn các chuỗi giá trị ưu tiên phân tích; (ii) Lập sơ đồ chuỗi giá trị; (iii) Phân tích chi phí và lợi nhuận; (iv) Phân tích công nghệ, kiến thức và nâng cấp; (v) Phân tích thu nhập trong chuỗi; (vi) Phân tích việc làm trong chuỗi; (vii) Quản trị và dịch vụ; (viii) Phân tích liên kết trong chuỗi giá trị.

Mô hình gắn liền với 8 bước khác nhau bao gồm: (i) Xác định chi phí và mức vốn đầu tư cần thiết; (ii) Tính doanh thu trên người tham gia; (iii) Tính tỷ suất tài chính; (iv) Những thay đổi qua thời gian; (v) Vị thế tài chính tương đối của những người tham gia trong chuỗi; (vi) Tính chi phí cơ hội; (vii) Điểm chuẩn; (viii) Đi xa hơn dữ liệu định lượng.

### **3.2.1.2. Chuỗi ngành hàng của FAO**

Theo FAO, phân tích chuỗi ngành hàng là một phần trong phân tích chuỗi giá trị, dựa trên lý thuyết của chuỗi giá trị. Nó đề cập tới tất cả các nhóm, các thành

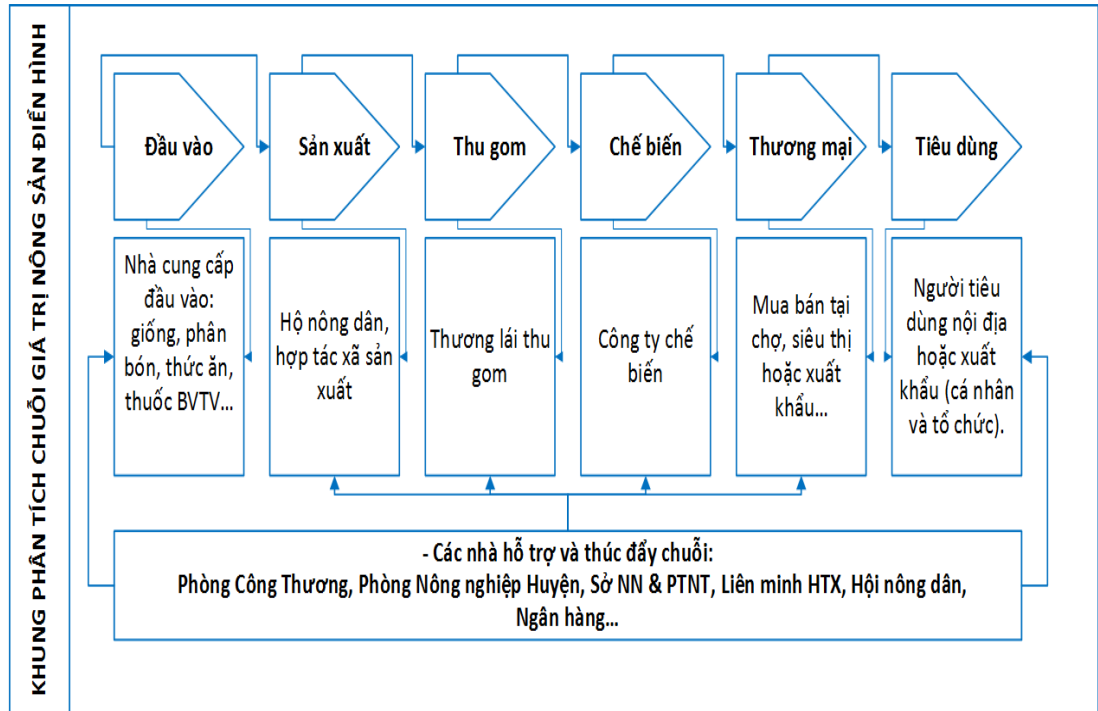
phần kinh tế có đóng góp trực tiếp đến sự thành sản phẩm cuối cùng. Phân tích chuỗi ngành hàng toàn cầu theo tiếp cận chuỗi giá trị sẽ giúp cho doanh nghiệp quyết định xem việc nào, thành phần nào tự sản xuất và phần nào thì chia sẻ ra bên ngoài. Phân tích chuỗi ngành hàng được sử dụng để phân tích chính sách theo 2 cách quan trọng sau: (i) Đây là công cụ phân tích tài chính hoàn chỉnh các thành phần khác nhau dọc theo chuỗi giá trị; (ii) Đó là một khung phân tích cho phép việc theo dõi có hệ thống phần lớn các thông tin cần thiết để phân tích kinh tế và vì vậy mở rộng phân tích tài chính.

Khái niệm quan trọng nhất trong phân tích chuỗi ngành hàng là *giá trị gia tăng* (ký hiệu VA –Value Added). Có nhiều cách tính giá trị gia tăng khác nhau của một tác nhân trong chuỗi. Đầu vào cho sản xuất bao gồm 2 thành phần là: (i) Hàng hóa trung gian là các yếu tố sản xuất được chuyển đổi hoặc sử dụng toàn bộ cho sản xuất đầu ra trong một chu kỳ sản xuất; (ii) Hàng hóa đầu tư là các yếu tố sản xuất được sử dụng từng phần trong quá trình sản xuất và được tính khấu hao hết sau một vài năm. Vì vậy, giá trị gia tăng được tính như sau:  $VA = Y - II$ . Trong đó: Y (hoặc P) là sản lượng hay giá trị đầu ra, II (hoặc IC) là Hàng hóa trung gian (intermediate inputs), IC là chi phí trung gian

### **3.2.1.3. Phương pháp luận thúc đẩy chuỗi giá trị của GTZ (ValueLink)**

*ValueLinks* chia những kiến thức về thúc đẩy chuỗi giá trị thành 12 module, được tổ chức theo chu kỳ dự án. Phương pháp bắt đầu bằng việc quyết định xem có nên tham gia vào việc thúc đẩy chuỗi giá trị hay không, và làm thế nào để kết hợp việc thúc đẩy chuỗi giá trị với các cách tiếp cận phát triển khác (module 0). Bước đầu tiên trong thúc đẩy chuỗi giá trị là việc xác định chuỗi giá trị cần thúc đẩy (module 1), tiếp đó là phân tích chuỗi giá trị (module 2) và xây dựng một chiến lược nâng cấp chuỗi giá trị (module 3). Module 4 trình bày những kiến thức dành cho những tổ chức hỗ trợ của các dự án thúc đẩy chuỗi giá trị. Các module tiếp theo (từ 5 đến 10) đều nói về việc thực hiện dự án. Yếu tố cốt lõi của phương pháp luận

*ValueLinks* nằm trong các module 1-4 và module 11, trong đó có những kiến thức rất cụ thể về khái niệm chuỗi giá trị.



Hình 3.2: Khung phân tích chuỗi giá trị nông sản điển hình

*Nguồn: GTZ (2007) và Tác giả tổng hợp*

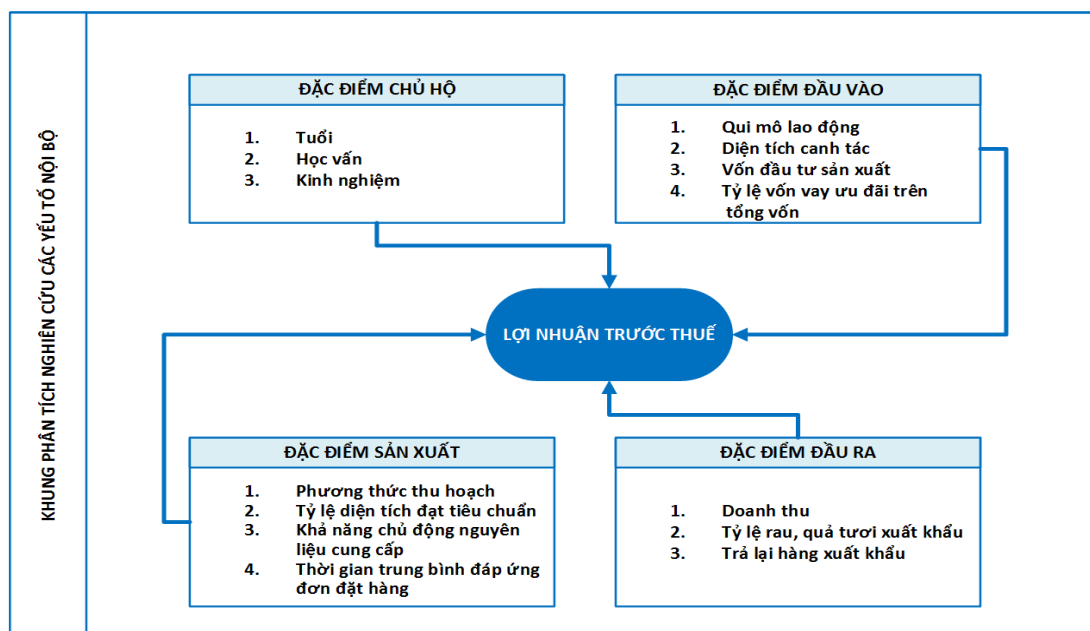
Phương pháp luận ValueLinks phân tích chuỗi giá trị gồm ba bước cơ bản: lập bản đồ chuỗi giá trị; lượng hóa và mô tả chi tiết chuỗi giá trị và phân tích kinh tế đối với chuỗi giá trị. *Thứ nhất*, lập bản đồ chuỗi giá trị là xây dựng một sơ đồ về hệ thống chuỗi giá trị có nhiệm vụ định dạng các hoạt động kinh doanh, các nhà vận hành chuỗi và những mối liên kết của họ cũng như các nhà hỗ trợ chuỗi nằm trong chuỗi giá trị. *Thứ hai*, lượng hóa và mô tả chi tiết chuỗi giá trị bao gồm các con số kèm theo bản đồ chuỗi cơ sở, ví dụ như số lượng chủ thể, lượng sản xuất hay thị phần của phân đoạn cụ thể trong chuỗi. Phân tích kinh tế đối với chuỗi giá trị là đánh giá năng lực hiệu suất kinh tế của chuỗi, bao gồm việc xác định giá trị gia tăng tại các giai đoạn trong chuỗi giá trị, chi phí sản xuất và thu nhập của các nhà vận hành (trong phạm vi có thể). *Thứ ba*, phân tích chuỗi liên kết và tổ chức quan hệ liên kết của các chủ thể trong một chuỗi là hai nội dung có mối quan hệ tương hỗ

với nhau. Một trong những nội dung quan trọng của phân tích chuỗi liên kết là phân tích các liên kết mà một chủ thể nào đó tham gia vào trong chuỗi. Đồng thời, việc tổ chức các quan hệ liên kết kinh tế lại căn cứ vào mạng lưới của các chủ thể tham gia vào chuỗi. Vì thế, hai nội dung này có quan hệ chặt chẽ và cần được xem xét một cách tổng thể chứ không tách rời. Luận án sử dụng khung phân tích chuỗi giá trị ValueLink của GTZ có kết hợp với M4P trong phân tích chuỗi liên kết rau quả tươi xuất khẩu.

### 3.2.2. Khung phân tích các yếu tố nội bộ tác động đến hiệu quả kinh doanh chuỗi liên kết rau quả tươi xuất khẩu Vùng KTTĐPN

#### 3.2.2.1. Khung phân tích chung

Từ lý thuyết và các nghiên cứu thực nghiệm đã được đề cập, các yếu tố nội bộ tác động đến hiệu quả kinh doanh chuỗi liên kết có thể được chia thành 4 nhóm: (i) Đặc điểm chủ hộ, chủ doanh nghiệp, hợp tác xã; (ii) Đặc điểm đầu vào; (iii) Đặc điểm sản xuất và (iv) Đặc điểm đầu ra. Cụ thể như sau:



Hình 3.3. Khung phân tích của nghiên cứu

*Nguồn: Tác giả tổng hợp*

**A. Mối quan hệ giữa đặc điểm chủ hộ, chủ doanh nghiệp, hợp tác xã và lợi nhuận chuỗi liên kết rau quả tươi xuất khẩu**

Nghiên cứu của Kolawole (2006), Huyha và cộng sự (2007), Ogunniyi (2011), Oladeebo và Oluwaranti (2012), Nguyễn Tiến Dũng và cộng sự (2014), Nguyễn Văn Tiến và Phạm Lê Thông (2014), Lê Đình Hải và Lê Ngọc Diệp (2016), Nguyễn Tuấn Kiệt (2017).

H<sub>1</sub>: Tuổi chủ hộ/doanh nghiệp/hợp tác xã có tác động cùng chiều đến lợi nhuận chuỗi liên kết.

H<sub>2</sub>: Học vấn chủ hộ/doanh nghiệp/hợp tác xã có tác động cùng chiều đến lợi nhuận chuỗi liên kết.

H<sub>3</sub>: Kinh nghiệm chủ hộ/doanh nghiệp/hợp tác xã có tác động cùng chiều đến lợi nhuận chuỗi liên kết.

**B. Mối quan hệ giữa đặc điểm đầu vào và lợi nhuận chuỗi liên kết rau quả tươi xuất khẩu**

Nghiên cứu của Lio và Liu (2006), Oladeebo và Oluwaranti (2012), Nguyễn Quốc Nghi và Lưu Thanh Đức Hải (2009), Nguyễn Tiến Dũng và cộng sự (2014), Nguyễn Văn Tiến và Phạm Lê Thông (2014), Nguyễn Tiến Dũng và Lê Khương Ninh (2015), Trịnh Thanh Nhân (2015), Lê Đình Hải và Lê Ngọc Diệp (2016), Nguyễn Tuấn Kiệt (2017).

H<sub>4</sub>: Qui mô lao động có tác động cùng chiều đến lợi nhuận chuỗi liên kết.

H<sub>5</sub>: Diện tích canh tác có tác động cùng chiều đến lợi nhuận chuỗi liên kết.

H<sub>6</sub>: Vốn đầu tư sản xuất có tác động cùng chiều đến lợi nhuận chuỗi liên kết.

H<sub>7</sub>: Tỷ lệ vốn vay ưu đãi trên tổng vốn có tác động cùng chiều đến lợi nhuận chuỗi liên kết.

### **C. Mối quan hệ giữa đặc điểm sản xuất và lợi nhuận chuỗi liên kết rau quả tươi xuất khẩu**

Nghiên cứu của Lio và Liu (2006), Nguyễn Tiến Dũng và Lê Khương Ninh (2015), Trịnh Thanh Nhân (2015), Lê Đình Hải và Lê Ngọc Diệp (2016), Nguyễn Tuấn Kiệt (2017).

H<sub>8</sub>: Chủ hộ/doanh nghiệp/hợp tác xã với phương thức thu hoạch sử dụng máy, thiết bị có lợi nhuận tốt hơn so với phương thức thu hoạch khác.

H<sub>9</sub>: Tỷ lệ diện tích đạt tiêu chuẩn có tác động cùng chiều đến lợi nhuận chuỗi liên kết.

H<sub>10</sub>: Khả năng chủ động nguyên liệu cung cấp có tác động cùng chiều đến lợi nhuận chuỗi liên kết.

H<sub>11</sub>: Thời gian trung bình đáp ứng đơn đặt hàng có tác động ngược chiều đến lợi nhuận chuỗi liên kết.

### **D. Mối quan hệ giữa đặc điểm đầu ra và lợi nhuận chuỗi liên kết rau quả tươi xuất khẩu**

Nghiên cứu của Lio và Liu (2006), Nguyễn Tiến Dũng và cộng sự (2014), Nguyễn Tiến Dũng và Lê Khương Ninh (2015), Lê Đình Hải và Lê Ngọc Diệp (2016), Nguyễn Tuấn Kiệt (2017).

H<sub>12</sub>: Doanh thu có tác động cùng chiều đến lợi nhuận chuỗi liên kết.

H<sub>13</sub>: Tỷ lệ rau, quả tươi xuất khẩu có tác động cùng chiều đến lợi nhuận chuỗi liên kết.

H<sub>14</sub>: Chủ hộ/doanh nghiệp/hợp tác xã bị trả lại hàng xuất khẩu có lợi nhuận thấp hơn Chủ hộ/doanh nghiệp/hợp tác xã không bị trả lại hàng xuất khẩu.

### 3.2.2.2. Mô hình kinh tế lượng

Giả định rằng mục tiêu của chủ DN/ trang trại là tối đa hóa lợi nhuận; tùy thuộc vào kỹ thuật sản có và một số ràng buộc bên ngoài khác. Những hạn chế này được các trang trại trong nội bộ hóa quá trình tối ưu hóa của họ. Hàm lợi nhuận giả định như sau:

$$\text{Max } \pi = py - w'x$$

$$R_s(y, x, z | p, w) = 0, s = 1, \dots, S \quad (1)$$

$$Y = F(x, z) \quad (2)$$

Trong đó  $\pi$  là lợi nhuận và  $y$  là đầu ra.  $x$  và  $z$  lần lượt là vector biến (nội sinh) và đầu vào,  $p$  và  $w$  là giá đầu ra và vector của giá đầu vào. Giá được giả định là ngoại sinh trong mô hình. Ràng buộc ở phương trình (2) là hàm sản xuất; phương trình (1) bao gồm các ràng buộc ngoại sinh  $S$  với các yếu tố xã hội, văn hóa và chính trị như kiểm soát của chính phủ trong thị trường phân bón, đất đai quyền thuê nhà, hợp đồng kỳ hạn trong cả 2 thị trường lao động và đầu ra. Trên cơ sở lý thuyết, mục tiêu nghiên cứu và đặc điểm của dữ liệu, nhằm đơn giản hóa, mô hình kinh tế lượng tổng quát có dạng:  $Y_i = \alpha + \beta_k X_i + \varepsilon_i$ , trong đó:

$Y_i$  là Lợi nhuận trước thuế

$A$  là hằng số.

$X_i$  là các nhân tố có khả năng ảnh hưởng đến Lợi nhuận trước thuế.

$B_k$  là hệ số ước lượng hồi quy tương ứng, cho biết sự thay đổi tương đối của  $Y_i$  đối với sự thay đổi tuyệt đối của  $X_i$ .

$\varepsilon_i$  là sai số ước lượng.

Như vậy, từ mô hình tổng quát kết hợp với khung phân tích đề xuất, tác giả xây dựng mô hình kinh tế lượng như sau:

$$\begin{aligned} \ln\_LN_i = & \alpha + \beta_1 TD_i + \beta_2 TD\_HV_i + \beta_3 KN_i + \beta_4 LD_i + \beta_5 DT\_CT_i + \beta_6 \ln\_V_i \\ & + \beta_7 TL\_UD_i + \beta_8 PT\_TH_i + \beta_9 TL\_TC_i + \beta_{10} KN\_CD_i + \beta_{11} TGDU_i + \beta_{12} DT_i \\ & + \beta_{13} TL\_RQXK_i + \beta_{14} HTL_i + \varepsilon \end{aligned}$$

### 3.2.2.3. Mô tả biến số

#### Biến phụ thuộc

Lợi nhuận trước thuế/năm (**LN**): được tính bằng số tuyệt đối (triệu đồng), cho thấy hiệu quả hoạt động sản xuất – kinh doanh của nông hộ/ HTX trong năm. Lợi nhuận này được tính bằng doanh thu – chi phí sản xuất – chi phí bán hàng (trong trường hợp này không trừ thuế vì nông hộ và HTX không nằm trong đối tượng đóng thuế thu nhập doanh nghiệp).

#### Biến độc lập

Tuổi đời của chủ hộ/doanh nghiệp sản xuất kinh doanh (**TD**): được tính bằng số tuổi của chủ hộ trong gia đình hoặc chủ doanh nghiệp.

Trình độ học vấn của chủ hộ/doanh nghiệp (**TD\_HV**): được đo bằng cấp học (qui theo số năm như THCS là 9 năm, THPT là 12 năm, ĐH là 16 năm [12 năm + 4 năm], thạc sỹ là 19 năm [16 năm + 3 năm], tiến sỹ là 21 năm [19 năm + 2 năm]), cho biết khả năng tiếp thu và áp dụng khoa học công nghệ vào sản xuất, khả năng tổ chức sản xuất để có thể trở thành nhà cung cấp rau quả tươi cho chuỗi một cách ổn định và kịp thời.

Kinh nghiệm sản xuất (**KN**): được đo bằng số năm hoạt động trong lĩnh vực trồng trọt mà lao động chính trong gia đình có được. Chỉ tiêu này nói lên kinh nghiệm thực tế mà chủ hộ/ lao động chính có thể tích lũy được theo thời gian. Trong sản xuất nông nghiệp, kinh nghiệm sản xuất thực tế đóng vai trò quan trọng trong việc lựa chọn cây trồng và quy trình canh tác phù hợp, khả năng ứng phó với những bất lợi về thời tiết và dịch bệnh mà địa phương hay gặp phải.

Quy mô lao động (**LD**): được đo bằng số người nằm trong độ tuổi lao động mà hộ gia đình đang có (18 tuổi – 60 tuổi đối với nam và 55 đối với nữ). Số lao động cho biết khả năng kế thừa và tính bền vững của lao động nông nghiệp của gia đình.

Diện tích canh tác (**DT\_CT**): được đo bằng ha, cho biết quy mô canh tác của các hộ nông dân cũng như của HTX. Theo lý thuyết lợi thế kinh tế theo quy mô, diện tích canh tác canh tác càng lớn càng tăng hiệu quả sản xuất, để đáp ứng các yêu cầu về tiếp cận thị trường (chất lượng, độ đồng đều, chứng nhận tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm, khả năng quản lý...)

Vốn đầu tư cho sản xuất (**V**): được đo bằng tỷ lệ đáp ứng yêu cầu vốn sản xuất. yếu tố này cho thấy sự chủ động về thời vụ gieo trồng, về vật tư cung cấp và về khả năng cung cấp thành phẩm theo đúng hợp đồng. Đối với những nông hộ, HTX bị hạn chế về vốn đầu tư thường rất dễ bị động trong khâu tổ chức, điều phối sản xuất và lợi nhuận cũng thường bị sút giảm, giá thành sản phẩm có thể gặp khó khăn trong cạnh tranh với các nhà cung cấp khác có thể mạnh về vốn.

Vốn vay ưu đãi (**TL\_UD**): chỉ tiêu này được tính bằng tỷ lệ số tiền (triệu đồng) công ty đã tiếp cận thành công và được hỗ trợ chi phí hoạt động sản xuất – kinh doanh của công ty từ nguồn ngân sách ưu đãi của chính phủ hoặc địa phương nơi công ty đăng ký hoạt động trên tổng vốn.

Phương thức thu hoạch sản phẩm (**PT\_TH**): được sử dụng bằng máy móc, công cụ hỗ trợ hoặc bằng tay. Chỉ tiêu này cho biết trình độ và mức độ ứng dụng cơ giới hóa cho khâu thu hoạch sản phẩm. Nhận giá trị 1 khi sử dụng máy, thiết bị. Nhận giá trị 0 khi không sử dụng máy, thiết bị.

Tỷ lệ diện tích đạt chứng nhận tiêu chuẩn thực hành sản xuất tốt (**TL\_TC**): là chỉ tiêu đo lường diện tích được chứng nhận các tiêu chuẩn thực hành sản xuất tốt như VietGAP, GlobalGAP hoặc các chứng nhận tương đương được thừa nhận., Chỉ tiêu này được tính bằng tỷ lệ % diện tích được chứng nhận trên tổng diện tích canh tác.

Khả năng chủ động nguồn nguyên liệu cung cấp cho đơn hàng xuất khẩu (**KN\_CD**): được tính bằng tỷ lệ % nguồn nguyên liệu để cung cấp cho đơn hàng

xuất khẩu mà chủ doanh nghiệp chủ động khai thác mà không bị lệ thuộc vào nguồn nguyên liệu vãng lai.

Thời gian đáp ứng đơn hàng từ lúc báo đến lúc giao hàng (**TGDU**): chỉ tiêu này phản ánh khả năng cung ứng và sự sẵn sàng của doanh nghiệp đối với kế hoạch hoặc thông báo giao hàng. Chỉ tiêu này được tính theo giờ kể từ lúc nhận được thông báo giao hàng đến lúc chuẩn bị đầy đủ hàng để sẵn sàng giao

Doanh thu hàng năm (**DT**): được tính bằng tổng giá trị hàng hóa rau quả tươi bán ra trong 1 năm quy đổi về VND. Chỉ tiêu này cho thấy quy mô kinh doanh của nông hộ/ HTX.

Tỷ lệ rau, quả tươi xuất khẩu/toàn bộ nông sản (**TL\_RQXK**): được tính bằng tỷ lệ %.

Trả lại hàng xuất khẩu do không đạt yêu cầu của người mua (**HTL**): chỉ tiêu này được tính theo mặc định là bị trả lại hàng xuất khẩu do không đáp ứng yêu cầu hoặc vi phạm hợp đồng đối với nhà nhập khẩu được mã hóa bằng 1 và ngược lại là 0. Chỉ tiêu này cũng cho thấy phần nào mức độ uy tín của công ty đối với nhà nhập khẩu.

Bảng 3.1: Mã hóa và thang đo của mô hình

| Tên biến                                    | Ký hiệu | Đơn vị         | Dấu<br>kỳ<br>vọng |
|---------------------------------------------|---------|----------------|-------------------|
| <b>Biến phụ thuộc</b> (biến nghiên cứu)     |         |                |                   |
| Lợi nhuận sản xuất                          | LN      | Triệu đồng/năm |                   |
| <b>Biến độc lập</b> (biến giải thích)       |         |                |                   |
| Tuổi đời của chủ hộ/DN sản xuất, kinh doanh | TD      | tuổi           | +                 |
| Trình độ học vấn của chủ hộ, DN             | TD_HV   | năm            | +                 |
| Kinh nghiệm sản xuất                        | KN      | năm            | +                 |
| Quy mô lao động                             | LĐ      | Người          | +                 |
| Diện tích đất canh tác                      | DT_CT   | Ha             | +                 |
| Vốn đầu tư cho sản xuất                     | V       | Triệu đồng     | +                 |
| Tỷ lệ vốn vay ưu đãi trên tổng vốn          | TL_UD   | %              | +                 |
| Phương thức thu hoạch sản phẩm              | PT_TH   | 0, 1           | +                 |

| Tên biến                                                      | Ký hiệu | Đơn vị         | Dấu kỳ vọng |
|---------------------------------------------------------------|---------|----------------|-------------|
| Tỷ lệ diện tích đạt tiêu chuẩn thực hành sản xuất tốt         | TL_TC   | %              | +           |
| Khả năng chủ động nguyên liệu cung cấp cho đơn hàng xuất khẩu | KN_CD   | %              | +           |
| Thời gian trung bình đáp ứng đơn đặt hàng                     | TGDU    | Ngày           | -           |
| Doanh thu hàng năm                                            | DT      | Triệu đồng/năm | +           |
| Tỷ lệ rau, quả tươi xuất khẩu/toàn bộ nông sản                | TL_RQXK | %              | +           |
| Trả lại hàng xuất khẩu do không đạt yêu cầu                   | HTL     | 0, 1           | -           |

*Nguồn: Đề xuất của tác giả*

### 3.3. Nguồn dữ liệu

Luận án sử dụng 2 nguồn dữ liệu: Dữ liệu thứ cấp và Dữ liệu sơ cấp

#### 3.3.1. Dữ liệu thứ cấp

Dựa vào nguồn số liệu thống kê trong nước của Tổng cục Thống kê Việt Nam ([www.gso.gov.vn](http://www.gso.gov.vn)), Bộ Nông Nghiệp và Phát triển Nông thôn ([www.mard.gov.vn](http://www.mard.gov.vn)), Bộ kế hoạch – Đầu tư ([www.mpi.gov.vn](http://www.mpi.gov.vn)), Trung tâm thương mại quốc tế (Market Analysis and research International Trade Center – ICT) ([www.trademap.org](http://www.trademap.org)).

#### 3.3.2. Dữ liệu sơ cấp

Luận án sử dụng nguồn dữ liệu sơ cấp được thu thập từ các công ty, nông hộ, tổ hợp tác và HTX sản xuất - kinh doanh rau quả tươi ở 8 tỉnh/ thành phố thuộc Vùng KTTĐPN với tổng số 180 quan sát được thực hiện từ tháng 5-7/2017. Việc lựa chọn số mẫu căn cứ vào tỷ lệ % số lượng các doanh nghiệp (Vùng KTTĐPN có khoảng 61 doanh nghiệp sản xuất – kinh doanh rau quả xuất khẩu) và thành phần liên kết có tham gia trong xuất khẩu rau quả tươi của các địa phương trong Vùng KTTĐPN (41 HTX và 350 xã viên, nông hộ có tham gia xuất khẩu). Trong đó, cơ cấu mẫu nghiên cứu được phân bổ như sau:

### 3.3.2.1. Phân bổ theo tỉnh, thành phố

Tổng số mẫu điều tra là 180, trong đó: TPHCM (62), Bình Dương (21), Long An (20), Đồng Nai (19), Bà Rịa – Vũng Tàu (16), Tiền Giang (16), Tây Ninh (15), Bình Phước (11). TPHCM có 62 quan sát, chiếm tỷ lệ 34,4%, là địa phương có số lượng mẫu lớn nhất do thành phố có lượng doanh nghiệp xuất khẩu rau quả cũng như số lượng HTX sản xuất – kinh doanh rau quả, nhất là rau an toàn nhiều nhất. Ngoài ra, việc liên kết giữa các doanh nghiệp kinh doanh xuất khẩu, các HTX TP đối với các HTX, các nông hộ, trang trại ở các địa phương khác khá phổ biến nên đây cũng là lý do số quan sát ở TPHCM được lấy nhiều hơn các địa phương còn lại. Các địa phương khác có số quan sát biến động từ 11 đến 21. Như vậy, số quan sát trên bao gồm đại diện đầy đủ của 8 tỉnh/ thành Vùng KTTĐPN.

Bảng 3.2: Cơ cấu mẫu nghiên cứu phân chia theo tỉnh, thành phố

| STT              | Tỉnh/ Thành phố | Số quan sát   | Tỷ lệ (%)     |
|------------------|-----------------|---------------|---------------|
| 1                | TP.HCM          | 62,00         | 34,44         |
| 2                | Vũng Tàu        | 16,00         | 8,89          |
| 3                | Long An         | 20,00         | 11,11         |
| 4                | Tiền Giang      | 16,00         | 8,89          |
| 5                | Đồng Nai        | 19,00         | 10,56         |
| 6                | Bình Dương      | 21,00         | 11,67         |
| 7                | Bình Phước      | 11,00         | 6,11          |
| 8                | Tây Ninh        | 15,00         | 8,33          |
| <b>Tổng cộng</b> |                 | <b>180,00</b> | <b>100,00</b> |

*Nguồn: Tác giả tính toán*

### 3.3.2.2. Phân bổ theo loại cơ sở sản xuất

Trong 180 quan sát, có 107 hộ gia đình, 36 HTX và 2 tổ hợp tác sản xuất – kinh doanh rau quả tươi, 35 doanh nghiệp sản xuất – kinh doanh xuất nhập khẩu rau quả tươi.

Bảng 3.3: Cơ cấu mẫu nghiên cứu phân chia theo cơ sở sản xuất

| STT | Cơ sở sản xuất | Tần số | Tỷ lệ (%) |
|-----|----------------|--------|-----------|
| 1   | Hộ gia đình    | 107,00 | 59,44     |

|                  |              |               |               |
|------------------|--------------|---------------|---------------|
| 2                | Hợp tác xã   | 36,00         | 20,00         |
| 3                | Doanh nghiệp | 35,00         | 19,44         |
| 4                | Tổ hợp tác   | 2,00          | 1,11          |
| <b>Tổng cộng</b> |              | <b>180,00</b> | <b>100,00</b> |

*Nguồn: Tác giả tính toán*

### **3.4. Phương pháp nghiên cứu sử dụng**

Nghiên cứu nâng cao hiệu quả chuỗi liên kết rau quả tươi xuất khẩu sử dụng cả hai phương pháp nghiên cứu định tính và định lượng.

#### **3.4.1. Phương pháp nghiên cứu định tính**

Luận án sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính nhằm tìm hiểu bản chất của chuỗi liên kết rau quả tươi xuất khẩu, quá trình vận động, tương tác giữa các nhóm tác nhân, và giữa chuỗi liên kết và hệ thống chính sách tác động đến nó. Từ đó đề xuất các hàm ý chính sách để phát triển chuỗi liên kết cung ứng rau quả tươi xuất khẩu mang tính bền vững và hiệu quả.

Tác giả trao đổi với 4 chuyên gia (2 giám đốc công ty xuất khẩu rau quả tươi có trình độ Thạc sỹ và hơn 10 năm hoạt động trong lĩnh vực xuất khẩu rau quả tươi, 1 Phó tổng giám đốc Công ty chứng nhận và giám định hàng hóa xuất khẩu quốc tế có hơn 20 năm hoạt động trong lĩnh vực dịch vụ hỗ trợ xuất khẩu nông sản và 1 giảng viên Đại học có trình độ Tiến sỹ và có nhiều nghiên cứu về chuỗi nông sản) có kinh nghiệm về lý thuyết và thực tiễn về chuỗi liên kết rau quả tươi xuất khẩu để tìm hiểu sâu hơn về thực trạng và đề xuất các ý tưởng thúc đẩy phát triển các chuỗi liên kết rau quả tươi xuất khẩu. Tập trung vào các vấn đề chính, bao gồm: Mô hình tổ chức chuỗi liên kết trong rau quả xuất khẩu của Việt Nam và của EU, cách thức tổ chức cung ứng rau quả tươi, giải pháp nâng cao hiệu quả chuỗi liên kết rau quả tươi xuất khẩu. Ngoài ra, đây cũng là cơ sở hình thành khung phân tích về các yếu tố nội bộ tác động đến hiệu quả kinh doanh chuỗi liên kết rau quả tươi xuất khẩu Vùng KTTĐPN.

### 3.4.2. Phương pháp nghiên cứu định lượng

#### 3.4.2.1. Phân tích chuỗi liên kết

Đối với nhóm phương pháp định lượng, luận án áp dụng các công cụ điều tra thống kê, phân tích chi phí – lợi nhuận (cost and return analysis), phân tích giá trị gia tăng (value added analysis), sử dụng chỉ tiêu lợi nhuận cho từng công đoạn và toàn bộ chuỗi liên kết theo kênh sản phẩm xuất khẩu. Tác giả dựa vào bốn kỹ thuật phân tích chính như sau:

(i) *Sơ đồ hóa mang tính hệ thống*: Những tác nhân tham gia sản xuất, phân phối, tiếp thị, và bán sản phẩm cụ thể. Đánh giá các đặc điểm của các tác nhân tham gia, cơ cấu lợi nhuận và chi phí, dòng hàng hóa trong suốt chuỗi, các đặc điểm của việc làm, địa chỉ tiêu thụ và khối lượng bán hàng ngoài nước

(ii) *Xác định sự phân phối lợi ích giữa các tác nhân tham gia trong chuỗi*: Phân tích chênh lệch giá và lợi nhuận trong chuỗi. Xác định ai được lợi từ việc tham gia chuỗi. Những tác nhân nào có thể hưởng lợi từ việc hỗ trợ hay tổ chức lại sản xuất

(iii) *Nghiên cứu vai trò nâng cấp bên trong chuỗi*: Cải tiến trong chất lượng và thiết kế sản phẩm giúp các nhà sản xuất thu được giá trị cao hơn hoặc qua việc đa dạng hóa các dòng sản phẩm cung cấp. Đánh giá lợi nhuận của những người tham gia trong chuỗi cũng như thông tin về những ràng buộc hiện diện mới đây. Vấn đề quản trị, cấu trúc các quy định, rào cản gia nhập ngành, ngăn cấm thương mại, và các tiêu chuẩn

(iv) *Nhấn mạnh vai trò của quản lý*: Cơ cấu của các mối quan hệ và cơ chế điều phối tồn tại giữa các tác nhân trong chuỗi giá trị. Góc độ chính sách: xác định các sắp xếp về thể chế nhằm cải thiện năng lực hoạt động của chuỗi, xóa bỏ các bóp méo trong phân phối, và gia tăng giá trị gia tăng trong ngành.

### 3.4.2.2. Phân tích hiệu quả sản xuất chuỗi liên kết

Luận án sử dụng phần mềm xử lý số liệu STATA nghiên cứu mô hình hồi quy đa biến ứng dụng hồi quy OLS. Theo Ramanathan (2002) phương pháp bình phương bé nhất (Ordinary Least Square - OLS) được xem là phương pháp tối ưu để lựa chọn một con đường khớp nhất cho tất cả các dãy dữ liệu ứng với cực trị của tổng các sai số thống kê giữa đường khớp và dữ liệu.

Mục đích khi phân tích hồi quy là ước lượng, dự báo về tổng thể, Chất lượng của các ước lượng này bên cạnh việc phụ thuộc vào dạng mô hình được chọn, kích thước mẫu thì nó còn phụ thuộc quan trọng vào quan hệ giữa  $X_i$  và  $E_i$  (giá trị của hàm hồi quy mẫu ứng với  $X_i$ ). Ước lượng tìm được bằng phương pháp OLS sẽ là các ước lượng tuyến tính, không chệch và có phương sai nhỏ nhất.

Mô hình sử dụng các kiểm định để xác định hiện tượng đa cộng tuyến, hiện tượng tự tương quan và hiện tượng phương sai thay đổi. Trong mô hình hồi quy bội, mức độ tin cậy của kết quả ước lượng có tỷ lệ thuận với độ vững chắc của các kết luận, đề xuất, gợi ý chính sách của nghiên cứu. Kết quả ước lượng càng có độ tin cậy cao thì các tác giả nghiên cứu càng có cơ sở vững chắc để đưa ra các kết luận, đề xuất, gợi ý chính sách phù hợp với thực tế.

### TÓM TẮT CHƯƠNG 3

Luận án sử dụng một số phương pháp nghiên cứu định tính và định lượng khác nhau. Các phương pháp nghiên cứu định tính được sử dụng nhằm tìm hiểu bản chất của chuỗi liên kết rau quả tươi xuất khẩu, quá trình vận động, tương tác giữa các nhóm tác nhân, và giữa chuỗi liên kết và hệ thống chính sách tác động đến nó. Nghiên cứu này dùng các kỹ thuật cụ thể như phương pháp chọn mẫu có mục đích, thu thập dữ liệu mở, phân tích văn bản, số liệu thứ cấp, tổng hợp nghĩa và giải thích các kết quả tìm thấy. Trong giai đoạn thu thập dữ liệu, các kỹ thuật phân tích định tính được áp dụng bao gồm: thống kê mô tả, phỏng vấn chuyên gia (individual depth interview) sử dụng trong chương 5, nghiên cứu tình huống (case studies) sử dụng trong phân tích về bài học kinh nghiệm của chuỗi liên kết của Thái Lan, Malaysia cũng như phân tích sơ đồ chuỗi liên kết của thanh long xuất khẩu sang EU và quan sát (observation) trong chương 4. Đối với nhóm phương pháp định lượng, luận án áp dụng các công cụ điều tra thống kê, phân tích chi phí – lợi nhuận (cost and return analysis), phân tích giá trị gia tăng (value added analysis) cho từng công đoạn và toàn bộ chuỗi liên kết theo kênh sản phẩm xuất khẩu trong chương 4. Luận án sử dụng khung phân tích chuỗi giá trị ValueLink của GTZ có kết hợp với M4P trong phân tích chuỗi liên kết rau quả tươi xuất khẩu.

## **CHƯƠNG 4.**

### **KẾT QUẢ NGHIÊN CỨU CHUỖI LIÊN KẾT RAU QUẢ TƯƠI XUẤT KHẨU VÙNG KINH TẾ TRỌNG ĐIỂM PHÍA NAM**

#### **4.1. Tổng quan đặc điểm kinh tế - xã hội Vùng KTTĐPN**

Vùng KTTĐPN bao gồm 8 tỉnh, thành phố: TP. Hồ Chí Minh, Đồng Nai, Bình Dương, Bà Rịa-Vũng Tàu, Tây Ninh, Bình Phước, Long An, Tiền Giang có tổng diện tích tự nhiên vùng KTTĐ sau khi bổ sung là 30.591, 864 km<sup>2</sup>, bằng 9,24% diện tích cả nước và dân số (tính đến năm 2014) là 18,756 triệu người, bằng 20,91% so với cả nước, mật độ dân số đạt khoảng 563 người/km<sup>2</sup>, tỷ lệ đô thị hóa của vùng là 49,6%, bằng 1,8 lần trung bình cả nước. Sản xuất khoảng 41,8% GDP và chiếm 51,04% kim ngạch xuất khẩu của cả nước và 59,57% tổng thu ngân sách quốc gia. Tốc độ tăng trưởng GDP năm 2014 của Vùng KTTĐPN đạt 8,93%. Cơ cấu kinh tế với Công nghiệp – Xây dựng chiếm 49,11%, Thương mại – Dịch vụ chiếm 44,1%, Nông – Lâm – Thủy sản chiếm 6,79%. Năm 2016, các địa phương này tiếp tục là vùng kinh tế năng động, phát triển mạnh mẽ với mức tăng trưởng kinh tế gấp 1,5 lần mức bình quân của cả nước, chiếm 40% kim ngạch xuất khẩu, đóng góp 60% ngân sách quốc gia, thu hút hơn 60% số dự án và 50% số vốn đầu tư nước ngoài vào Việt Nam. Thu nhập bình quân đầu người đạt 79,88 triệu đồng/ năm, cao gấp 2,5 lần mức bình quân cả nước.

Vùng KTTĐPN là trung tâm giao thương quốc tế của quốc gia, thông qua cảng hàng không quốc tế Tân Sơn Nhất và Long Thành trong tương lai, hệ thống cảng biển quốc tế nhóm V trên sông Saigon, sông Đồng Nai, sông Thị Vải, sông Soài Rạp, sông Nhà Bè và hệ thống đường Xuyên Á. Là trung tâm giao thương của các Vùng kinh tế trọng điểm quốc gia như Duyên Hải nam trung bộ, Đồng bằng sông Cửu Long, Tây Nguyên.

Vùng KTTĐPN là mô hình tổ chức đặc biệt, không phải là cấp quản lý nhà nước về kinh tế, không phải là một đơn vị hành chính – kinh tế, việc phân bổ ngân sách, nguồn lực đầu tư cho vùng hoàn toàn do Trung ương đảm nhiệm.

Bảng 4.1: Diện tích, dân số, GDP, đầu tư của Vùng KTTĐPN so với cả nước

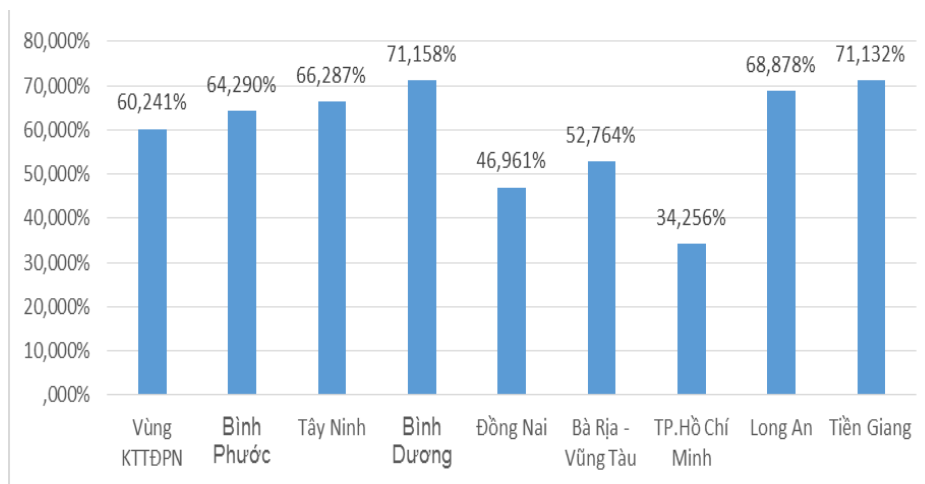
| STT | Tỉnh, Thành phố   | Dân số<br>(nghìn người) | GDP<br>(giá SS 2010,<br>tỷ đồng) | Đầu tư<br>(tỷ đồng) | Diện tích<br>(Km <sup>2</sup> ) |
|-----|-------------------|-------------------------|----------------------------------|---------------------|---------------------------------|
| 1   | Bà Rịa – Vũng Tàu | 1.092,0                 | 286.133                          | 40.089              | 1.980,8                         |
| 2   | Bình Phước        | 946,4                   | 27.909                           | 17.153              | 6.876,6                         |
| 3   | Bình Dương        | 1.995,8                 | 138.110                          | 72.829              | 2.694,7                         |
| 4   | Đồng Nai          | 2.963,8                 | 138.225                          | 54.635              | 8.563,6                         |
| 5   | Long An           | 1.490,6                 | 47.784                           | 25.185              | 4.494,8                         |
| 6   | Tây Ninh          | 1.118,8                 | 42.155                           | 19.848              | 4041,4                          |
| 7   | TP.HCM            | 8.297,5                 | 667.712                          | 310.522             | 2.061,4                         |
| 8   | Tiền Giang        | 1.740,2                 | 44.678                           | 26.919              | 2510,5                          |
| 9   | Toàn Vùng         | 19.655,1                | 1.597.546                        | 567.180             | 30.523,8                        |
| 10  | Cả nước           | 92.695,1                | 3.054.470                        | 1.485.100           | 331.230,8                       |
| 11  | % so với cả nước  | 21,2%                   | 52,3%                            | 38,19%              | 9,22%                           |

*Nguồn: Tổng cục thống kê, 2017*

Số liệu cho thấy, vùng KTTĐPN chỉ chiếm 9,22% diện tích và 21,2% dân số cả nước nhưng đóng góp đến 52,3% GDP cả nước. Tăng trưởng kinh tế của vùng luôn được duy trì ở tốc độ cao. Trong giai đoạn 2000-2005, tăng trưởng kinh tế của vùng đạt bình quân 13,24%/ năm, đây là tốc độ tăng trưởng khá cao. Đến giai đoạn 2005 – 2010 tăng trưởng kinh tế của vùng bị giảm sút do ảnh hưởng của cuộc khủng hoảng kinh tế thế giới 2008 -2009 và ảnh hưởng của cuộc suy giảm kinh tế của đất nước. Bước qua giai đoạn 2010 – 2016, kinh tế vùng đã bắt đầu hồi phục trở lại, tăng trưởng kinh tế trong giai đoạn này đạt bình quân 6,17%/ năm.

Bên cạnh đó, mức độ tăng trưởng trong đầu tư khá ổn định từ năm 2000 đến 2010. Trong đó, giai đoạn 2000 – 2005, tăng trưởng vốn đầu tư đạt mức bình quân 8,9%, còn giai đoạn 2005 – 2010 trung bình mỗi năm đạt mức 8%. Trong khi đó, giai đoạn 2010 – 2016, tăng trưởng đầu tư tại vùng bị giảm mạnh, chỉ đạt mức khoảng 2.89%.

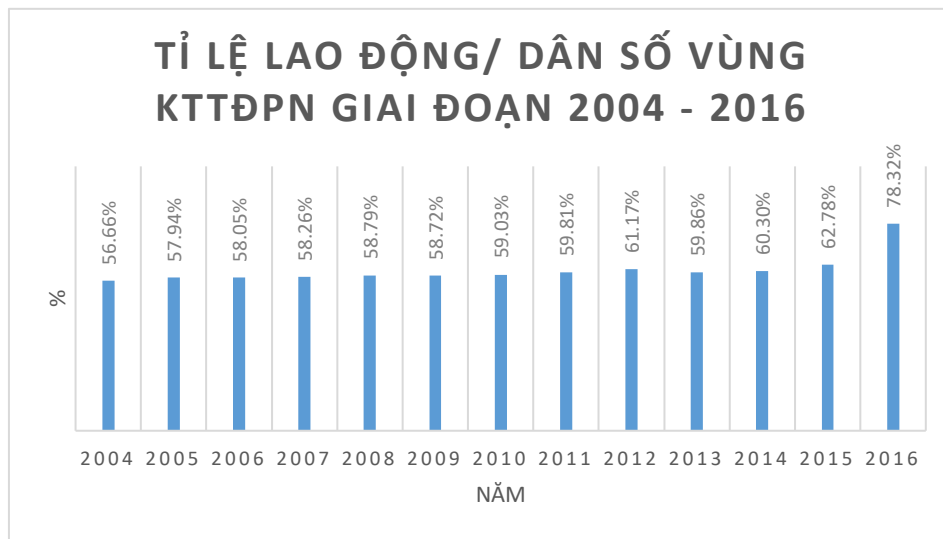
Sự chênh lệch về GDP thực tế khá lớn giữa các địa phương trong Vùng KTTĐPN. Khoảng cách giữa địa phương có GDP thực tế cao nhất là TP Hồ Chí Minh so với địa phương có GDP thấp nhất là Bình Phước lên đến hơn 22 lần. Khoảng cách chênh lệch này khá cao cho thấy sự phát triển không đều giữa các địa phương trong Vùng KTTĐPN và vai trò quan trọng của TP Hồ Chí Minh trong cơ cấu GDP của Vùng KTTĐPN.



Hình 4.1: Tỷ trọng đất nông nghiệp trên tổng diện tích đất của các địa phương trong Vùng KTTĐPN

*Nguồn: Tổng cục thống kê, 2017*

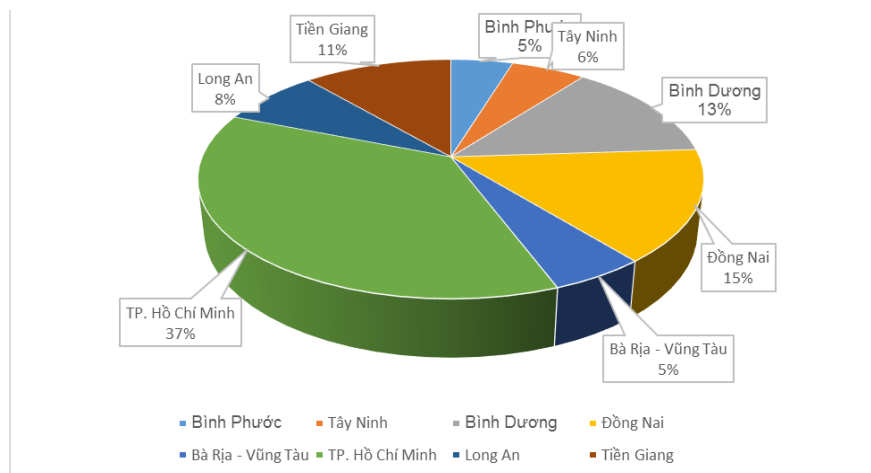
Trong 8 địa phương thuộc Vùng KTTĐPN, Bình Phước là địa phương có diện tích đất lớn nhất, kế đến là Đồng Nai, còn địa phương có diện tích nhỏ nhất là Bà Rịa – Vũng Tàu. Về diện tích đất nông nghiệp, Bình Phước cũng là địa phương có diện tích lớn nhất, còn thấp nhất là Thành phố Hồ Chí Minh. Tuy nhiên, nếu xét về tỷ trọng đất nông nghiệp trong tổng diện tích đất thì Bình Dương và Tiền Giang lại chiếm tỷ lệ khá cao, hơn 71%, còn thấp nhất vẫn là Thành phố Hồ Chí Minh với tỷ lệ tương ứng là 34,26%.



Hình 4.2: Tỉ lệ lao động/ dân số Vùng KTTĐPN giai đoạn 2004 – 2016

*Nguồn: Tổng cục thống kê, 2017*

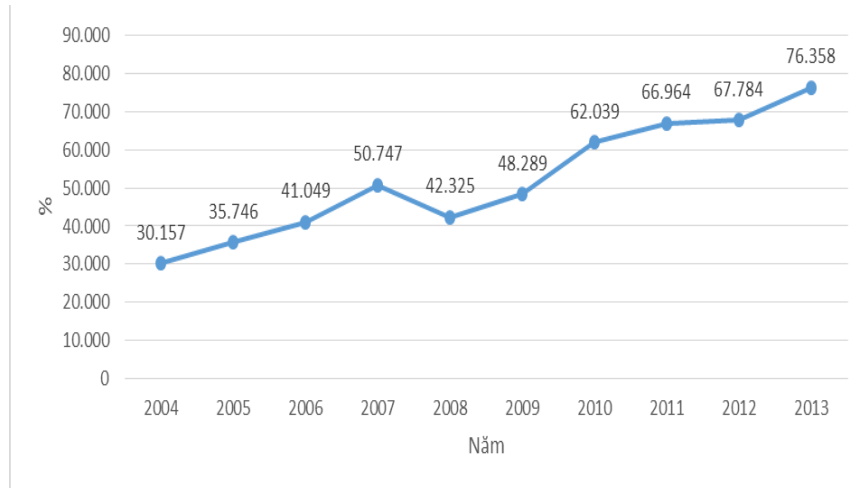
Tỷ lệ lao động/ dân số Vùng KTTĐPN giai đoạn 2004 – 2016 biến thiên từ 56.66% đến 61,17%; đạt cao nhất vào năm 2016 với tỉ lệ 78,32%. Đây là tỉ lệ khá lý tưởng để cung cấp nguồn nhân lực phục vụ cho các chương trình phát triển kinh tế - xã hội của Vùng KTTĐPN. Tuy nhiên, tỉ lệ này có xu hướng sẽ giảm dần. Đây là điều cần lưu ý trong việc lựa chọn lĩnh vực và sản phẩm, công nghệ sản xuất rau quả tươi phù hợp trong tương lai.



Hình 4.3: Số lượng và cơ cấu lao động của từng địa phương trong Vùng KTTĐPN năm 2016

*Nguồn: Tổng cục thống kê, 2017*

Lực lượng lao động của TP Hồ Chí Minh có số lượng và tỷ lệ lao động cao nhất trong cơ cấu lao động của Vùng KTTĐPN với 4.242.000 người chiếm 37%. Thấp nhất là tỉnh Bình Phước với 546.000 người chiếm 4,73%.



Hình 4.4: Tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu của Vùng KTTĐPN từ 2004 đến 2014

*Nguồn: Tổng cục thống kê, 2015*

Tốc độ tăng trưởng kim ngạch xuất khẩu của Vùng KTTĐPN có xu hướng tăng từ 2004 đến 2014, tuy nhiên, tốc độ tăng trưởng không ổn định. Trong đó, có những năm như năm 2008 tốc độ tăng trưởng bị âm và mất 2 năm (2008 và 2009), tốc độ tăng trưởng mới có dấu + trở lại. Đây cũng là 2 năm trong giai đoạn khủng hoảng tài chính châu Á cũng như ảnh hưởng của nó tác động lên cả nền kinh tế toàn cầu, mà các địa phương trong Vùng KTTĐPN cũng bị ảnh hưởng bởi tác động tiêu cực đó. Năm 2015 trên địa bàn thành phố HCM có 22 doanh nghiệp xuất khẩu rau quả với sản lượng khoảng 11.113 tấn/năm, giá trị ước đạt 330 tỷ đồng, thị trường xuất khẩu chủ yếu là Trung Quốc, Nhật và các nước Châu Âu. Tính chung cả Vùng KTTĐPN, giá trị xuất khẩu rau quả tươi trong 2015 đạt khoảng 16.100 tỷ đồng (tương đương 732 triệu USD).

Mục tiêu phát triển vùng KTTĐPN trở thành vùng kinh tế động lực đầu tàu; phát triển năng động với chất lượng tăng trưởng cao và bền vững. Trong đó, phát triển nông nghiệp vùng KTTĐPN toàn diện, bền vững theo hướng sản xuất hàng hóa lớn với hình thức tổ chức sản xuất và kỹ thuật hiện đại. Chú trọng phát triển

nông nghiệp sinh thái, thân thiện với môi trường và nâng cao chất lượng sản phẩm. Xây dựng vùng thành một trung tâm giống quốc gia với các cơ sở nghiên cứu thực nghiệm, ứng dụng công nghệ, kỹ thuật tiên tiến, đầu mối tiếp nhận, chuyển giao công nghệ trong lĩnh vực nông nghiệp, xây dựng thương hiệu cho một số nông sản có thế mạnh và đặc trưng của vùng [6].

Theo số liệu điều tra của Phòng Thương mại và Công nghiệp Việt Nam năm 2017, khu vực vùng KTTĐPN cũng như cả nước chỉ có 1% tổng số doanh nghiệp đầu tư vào nông nghiệp với số vốn chỉ chiếm khoảng gần 3% tổng số vốn đầu tư của cộng đồng doanh nghiệp vào sản xuất, kinh doanh. Trong số đó, 90% là doanh nghiệp nhỏ và vừa với số vốn dưới 10 tỉ đồng. Đặc biệt trên 80% doanh nghiệp gặp nhiều khó khăn vướng mắc trong quá trình tìm hiểu và áp dụng nông nghiệp.

## **4.2. Thực trạng chuỗi liên kết rau quả tươi xuất khẩu Vùng KTTĐPN**

### **4.2.1. Đặc điểm chuỗi liên kết rau quả tươi Vùng KTTĐPN**

Qua quan sát trên thực tế của các địa phương Vùng KTTĐPN, về cơ bản có 2 hình thức chuỗi liên kết rau quả tươi xuất khẩu chủ yếu, đó là chuỗi liên kết rau quả tươi cung ứng cho siêu thị/ xuất khẩu của HTX và chuỗi liên kết rau quả tươi xuất khẩu theo hợp đồng của công ty.

#### **4.2.1.1. Chuỗi liên kết rau quả tươi cung ứng siêu thị/ xuất khẩu của HTX**

Đây là một chuỗi tương đối mới và hiệu quả, rau quả tươi được sản xuất theo tiêu chuẩn an toàn. Trong chuỗi không có sự xuất hiện của thương lái. Rau quả sản xuất ra được HTX thu gom lại. HTX sẽ tổ chức sơ chế rồi bán sản phẩm thẳng cho các cửa hàng rau quả, siêu thị trong nước hoặc cho công ty trung gian xuất khẩu.

Bảng 4.2: Đặc điểm và chức năng của chuỗi liên kết rau quả tươi cung ứng siêu thị/ xuất khẩu của HTX

| Thành phần                                               | Đặc điểm                                                                                                                                                                                                                                                     | Chức năng                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|----------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Nông dân</b>                                          | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Quy mô canh tác vừa và lớn (từ 2000 m<sup>2</sup> đến hơn 5000 m<sup>2</sup>). Kinh nghiệm sản xuất lâu năm</li> <li>- Trồng rau quả theo hợp đồng với HTX theo tiêu chuẩn an toàn (VietGAP, GlobalGAP).</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sản xuất ra rau quả theo quy trình sản xuất an toàn, chịu trách nhiệm về tiêu chuẩn sản phẩm.</li> </ul>                                                                                                                                                             |
| <b>HTX</b>                                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Quy mô tương đối nhỏ, vốn ít. Tuy vậy, có khả năng ký hợp đồng bao tiêu sản phẩm với nông dân.</li> </ul>                                                                                                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Đại diện cho nông dân, ký kết các hợp đồng cung cấp rau quả và chịu trách nhiệm với đối tác về chất lượng sản phẩm, thay mặt nông dân giải quyết các tranh chấp, kiện tụng</li> <li>- Hỗ trợ nông dân về kỹ thuật, theo dõi, quản lý bón phân, thuốc BVTV</li> </ul> |
| <b>Siêu thị/<br/>Cửa hàng/<br/>Công ty<br/>xuất khẩu</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Là các đơn vị thương mại, dịch vụ hoạt động trên địa bàn các tỉnh Vùng KTTĐPN.</li> <li>- Có qui mô lớn. Kinh doanh trong nước hoặc xuất khẩu nhiều mặt hàng khác nhau.</li> </ul>                                  | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Tìm kiếm thị trường và thông báo sản lượng cho HTX.</li> <li>- Kiểm tra, đảm bảo chất lượng rau quả an toàn phù hợp với yêu cầu tiếp cận thị trường xuất khẩu.</li> <li>- Làm thủ tục, hồ sơ xuất hàng.</li> </ul>                                                   |

*Nguồn: Tác giả tổng hợp*

Trong chuỗi, giữa các thành phần đều có tổ chức chặt chẽ và thực hiện việc mua bán thông qua hợp đồng. HTX là đại diện cho nông dân, ký kết các hợp đồng cung cấp rau quả tươi với đối tác, chịu trách nhiệm với đối tác về chất lượng sản phẩm, đồng thời thay mặt nông dân giải quyết các tranh chấp, kiện tụng xảy ra.

HTX ký hợp đồng bao tiêu sản phẩm với nông dân, hỗ trợ nông dân về kỹ thuật canh tác, quy trình sản xuất rau quả, cũng như giúp họ mua giống, phân thuốc từ HTX. Ngoài ra còn thường xuyên cử nhân viên theo dõi, giúp đỡ.

Do các thành viên trong ban điều hành HTX cũng đều xuất thân là nông dân nên họ hiểu rõ các điều kiện của xã viên, cũng như thường xuyên theo dõi, giám sát nông dân. Chính vì vậy nông dân thực hiện rất nghiêm ngặt quy trình sản xuất rau quả an toàn do HTX đề ra.

#### 4.2.1.2. Chuỗi rau quả tươi xuất khẩu theo hợp đồng của công ty

Đây là một chuỗi mới và khá hiệu quả vì ngắn gọn và việc sản xuất tiêu thụ rau an toàn được thực hiện thông qua hợp đồng. Trong chuỗi này không có sự xuất hiện của thương lái và công ty trung gian. Công ty xuất khẩu sẽ tự tìm kiếm hợp đồng xuất khẩu, sau đó tổ chức ký hợp đồng sản xuất trực tiếp với nông dân. Đến thời điểm thu hoạch, công ty sẽ tổ chức vận chuyển rau quả tươi về xưởng để chế biến. Nông dân tham gia trong chuỗi này phải có qui mô sản xuất tương đối (từ 5.000m<sup>2</sup> trở lên đối với rau và vài ha trở lên đối với trái cây), có khả năng áp dụng khoa học công nghệ mới như hệ thống tưới phun, tưới nhỏ giọt, nhà lưới, nhà màng...

Bảng 4.3: Đặc điểm, chức năng của các thành phần trong chuỗi liên kết rau quả tươi xuất khẩu theo hợp đồng của công ty

| Thành phần                        | Đặc điểm                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Chức năng                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|-----------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Nông dân</b>                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Có diện tích canh tác lớn (5.000 m<sup>2</sup> trở lên đối với rau và vài ha trở lên đối với trái cây).</li> <li>- Trồng rau an toàn theo hợp đồng quanh năm với công ty.</li> <li>- Kinh nghiệm sản xuất lâu năm, khả năng tiếp cận KHKT khá tốt</li> </ul>                                                                                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Sản xuất ra rau quả an toàn, phải đảm bảo về thời gian cũng như chất lượng sản phẩm đúng trong hợp đồng với công ty.</li> </ul>                                                                                                                       |
| <b>Công ty chế biến xuất khẩu</b> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Là những công ty có vốn đầu tư, quy mô lớn, chuyên hoạt động trong lĩnh vực chế biến và xuất khẩu nông sản.</li> <li>- Nhiều nhân viên, kho bãi rộng, có thể ký hợp đồng bao tiêu sản phẩm với nông dân, tổ chức thu mua và chế biến tại công ty.</li> <li>- Tự tìm kiếm đối tác xuất khẩu</li> <li>- Hoạt động xuất khẩu diễn ra quanh năm</li> </ul> | <ul style="list-style-type: none"> <li>- Hỗ trợ giống, kỹ thuật sản xuất cho nông dân</li> <li>- Thu mua rau an toàn cho nông dân theo hợp đồng và tổ chức sơ chế xuất khẩu</li> <li>- Kiểm tra, đảm bảo chất lượng rau an toàn xuất khẩu.</li> <li>- Làm thủ tục, hồ sơ xuất hàng.</li> </ul> |

*Nguồn: Tác giả tổng hợp*

Trong chuỗi đã có việc ký kết hợp đồng sản xuất và tiêu thụ rau quả tươi. Bên cạnh đó công ty còn cung cấp trước giống cho nông dân. Chính điều này đã là ràng buộc để cả hai bên sản xuất và tiêu thụ sản phẩm đúng như những thỏa thuận, và có sự hỗ trợ, chia sẻ rủi ro lẫn nhau trong suốt quá trình thực hiện hợp đồng.

#### 4.2.2. Các thành phần tham gia trong chuỗi liên kết rau quả tươi xuất khẩu

| Tác nhân                                                                                              | Chuỗi sản phẩm<br>chính/phụ/tiềm năng | Nguyên liệu đầu vào | Sản phẩm cuối cùng                           |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|---------------------|----------------------------------------------|
| Hộ trồng rau quả                                                                                      | Chính                                 | Vật tư nông nghiệp  | Rau quả tươi                                 |
| Hộ thu gom                                                                                            | Chính                                 | Rau quả tươi        | Rau quả tươi                                 |
| Đại lý thu mua và<br>sơ chế rau quả                                                                   | Chính và phụ                          | Rau quả tươi        | Rau quả tươi                                 |
| Hợp tác xã nông<br>nghiệp/ tổ hợp tác<br>sản xuất rau quả                                             | Chính                                 | Rau quả tươi        | Rau quả tươi                                 |
| Nhà bán lẻ (siêu thị)                                                                                 | Phụ/ tiềm năng                        | Rau quả tươi        | Rau quả tươi                                 |
| Doanh nghiệp sản<br>xuất rau quả tươi                                                                 | Chính/tiềm năng                       | Rau quả tươi        | Rau quả tươi                                 |
| Chợ đầu mối nông<br>sản                                                                               | Chính/tiềm năng                       | Rau quả tươi        | Rau quả tươi và sấy<br>khô                   |
| Doanh nghiệp kinh<br>doanh xuất khẩu<br>nông sản                                                      | Chính                                 | Rau quả tươi        | Rau quả tươi                                 |
| Các cơ quan quản lý<br>nhà nước, các tổ<br>chức hiệp hội, các<br>cơ quan nghiên cứu<br>(Viện, Trường) | Phụ/ tiềm năng                        | Dữ liệu, thông tin  | Chính sách, dịch vụ,<br>giải pháp, tài chính |

*Nguồn: Tác giả tổng hợp*

##### 4.2.2.1. Người sản xuất

Người sản xuất nông nghiệp là lực lượng đông đảo, bao gồm hộ gia đình nông dân cá thể, các hợp tác xã nông nghiệp, các tổ hợp tác sản xuất nông nghiệp, các công ty nông nghiệp. Chức năng chính của nhóm này là sản xuất rau quả tươi thô hoặc qua sơ chế. Nhóm chủ thể này mua vật tư kỹ thuật từ nhóm doanh nghiệp, các thương lái sản xuất và cung ứng các yếu tố đầu vào nông nghiệp, bán sản phẩm cho nhóm thương lái thu gom và sơ chế. Một phần nhỏ bán trực và sản xuất cho công ty chế biến thông qua con đường sản xuất theo hợp đồng. Cụ thể:

##### (1). Hộ nông dân:

Trong nhóm tác nhân sản xuất nông nghiệp, hộ gia đình nông dân cá thể là lực lượng đông đảo nhất (hơn 1,5 triệu hộ trên Vùng KTTĐPN và 10 triệu hộ trên cả

nước), có quy mô sản xuất nhỏ, thường dưới 1 ha/hộ, sản xuất một cách độc lập và hầu như ít tham gia liên kết ngang cũng như liên kết dọc.

Nông dân nhỏ có thể bán rau quả ra thị trường thông qua các kênh: (1) Tiêu dùng trực tiếp sản phẩm (tự cung tự cấp), (2) Bán trực tiếp cho thương lái, (3) Giao dịch trên thị trường địa phương (thị trường thời điểm), (4) Thông qua các thỏa thuận sản xuất theo hợp đồng.

Trong các chủng loại cây trồng, đa số nông hộ trồng rau ăn củ, quả, kể đến là rau ăn lá, trái cây, nấm và một số loại cây khác. Tuy nhiên, các nông hộ thường sản xuất từ 2 – 3 chủng loại kết hợp với nhau. Đối với cây ăn trái xuất khẩu, đa số trồng bưởi, cam, chôm chôm, nhãn, xoài, thanh long... Còn đối với rau ăn củ, quả xuất khẩu, đa số trồng ớt cay, cà tím, khổ qua, dưa leo... Còn đối với nấm ăn, chủ yếu sản xuất nấm bào ngư, nấm rơm, nấm mèo... Riêng rau ăn lá xuất khẩu, đa số trồng rau gia vị, mồng tơi, rau dền, rau muống...

Diện tích canh tác rau lá từ 1.000m<sup>2</sup> – 5.000m<sup>2</sup>. Đối với rau, thường trồng xen kẽ các loại rau giữa các vụ nên sản lượng mỗi loại không lớn quá nhằm tránh tình trạng tồn đọng. Đất sản xuất rau hầu hết là đất thuê ngắn hạn 2 – 3 năm/hợp đồng. Khi hết hợp đồng thì các hộ dân có thể bỏ đi lập vườn mới hoặc tiếp tục thuê theo thời hạn hoặc sang nhượng vườn đang sản xuất cho người khác. Người nông dân cũng đã có kiến thức cơ bản về quản lý dịch hại tổng hợp qua các chương trình đào tạo của các đơn vị trực thuộc Sở Nông nghiệp và PTNT. Về đặc điểm canh tác, 100% nông hộ khi lập vườn đều sử dụng lưới thưa để che trên cao hoặc bao kín toàn khu sản xuất, sử dụng màng phủ nông nghiệp (bạt trải) để hạn chế cỏ dại và sâu bệnh. Các hộ đều sử dụng hệ thống tưới vòi sen kéo dây để tưới từng luống rau. Một số sử dụng hệ thống tưới phun hoặc tưới nhỏ giọt. Các loại phân chủ yếu được sử dụng là phân gà, Urea, lân, Kali, phân hữu cơ hay phân khoáng. Một số hộ có sử dụng chất kích thích sinh trưởng nếu thấy rau cần cỗi, kém non. Nguồn lực lao động hoàn toàn là của gia đình. Biện pháp canh tác thô sơ, chủ yếu làm bằng tay, chỉ khoảng 10% có máy cày tay.

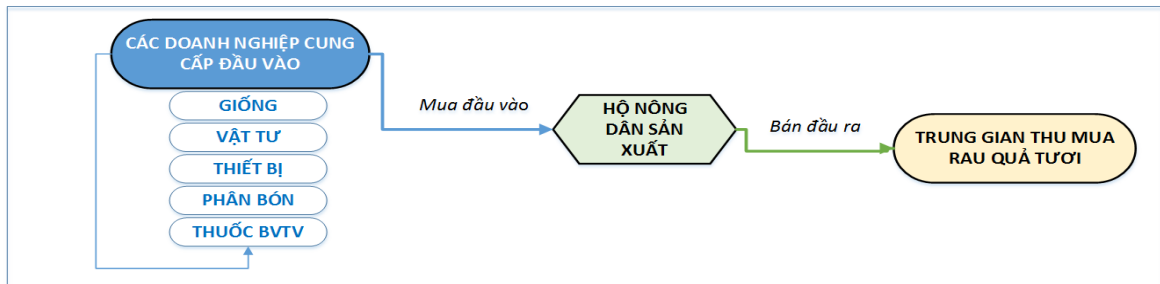
Đối với các hộ trồng rau ăn quả, diện tích đất canh tác trung bình của mỗi nông hộ từ 1.000 m<sup>2</sup> đến 3.000m<sup>2</sup>. Kinh nghiệm trồng rau quả trong dân cũng khá phong phú, nhất là cách xử lý sâu bệnh và thời vụ gieo trồng. Việc ứng dụng khoa học kỹ thuật phổ biến hiện nay chỉ dừng lại ở việc sử dụng màng phủ nông nghiệp, tưới tưới phun hoặc tưới nhỏ giọt.

Ban đầu là sự phụ thuộc vào người mua (thương lái – hợp tác xã) và tự phát theo kinh nghiệm trồng trọt, sự hướng dẫn của Trung tâm khuyến nông hoặc sự hướng dẫn của láng giềng, hàng xóm. Trong đó, đóng vai trò quan trọng là sự mô phỏng, bắt chước để học lẫn nhau của những người sản xuất đối với những mô hình thành công ở chung quanh cũng như ở những địa phương khác. Để quyết định chủng loại cây trồng, nông dân hợp tác, trao đổi trực tiếp lẫn nhau hoặc thông qua các câu lạc bộ khuyến nông, câu lạc bộ nông dân giỏi để tìm ra giải pháp và đáp ứng nhu cầu khác nhau của khách hàng.

Theo báo cáo của Liên minh HTX Việt Nam, số HTX hoạt động hiệu quả chỉ liên kết được khoảng 5% số hộ nông dân, còn 95% số hộ thì đa phần là sản xuất theo cách tự phát, tức sản xuất và tự quyết định sản phẩm rau quả không theo hợp đồng với thương lái, không biết trước nhu cầu về sản lượng thu mua, giá cả, người mua...thiếu thông tin dự báo nhu cầu thị trường, thiếu thông tin về quy hoạch sản xuất và tiêu thụ sản phẩm, vì thế, những yêu cầu tiếp cận thị trường xuất khẩu, cách tiếp cận với các chính sách hỗ trợ của chính phủ, địa phương bị hạn chế. Người nông dân đang sản xuất trong cơ chế thị trường nhưng lại không biết nhu cầu thị trường do không đủ khả năng tự nghiên cứu thị trường, có nhu cầu vay vốn nhưng không đủ điều kiện vay vốn do đất canh tác nhỏ, không có tài sản thế chấp.

Hộ nông dân được phân loại thành 3 nhóm: hộ nông dân không liên kết, hộ nông dân làm thuê cho doanh nghiệp và hộ nông dân liên kết thành lập HTX. Sau đây là sơ đồ biểu diễn các mối quan hệ và nội dung của các hình thức phân loại của hộ nông dân.

### (1). Hộ nông dân không liên kết:

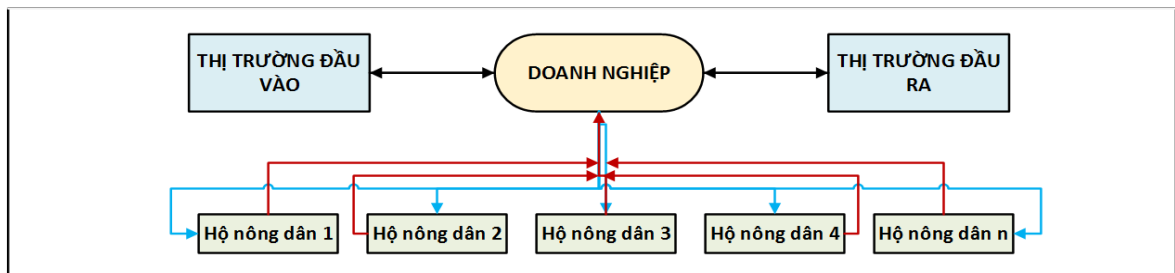


Hình 4.5: Sơ đồ biểu diễn quan hệ của hộ nông dân không liên kết

*Nguồn: Sở NN và PTNT TPHCM, 2017*

Hộ nông dân theo sơ đồ trên mua trực tiếp các nguyên liệu đầu vào với số lượng ít, không đảm bảo được chất lượng và không đàm phán được giá mua. Họ bán sản phẩm cho thương lái với số lượng ít, không thương hiệu, không có khả năng đàm phán về giá bán, có khả năng bị ép giá, ép chất lượng. Vì thế, vị thế của hộ nông dân bị lép vế, không có khả năng đàm phán cả đầu vào và đầu ra.

### (2). Hộ nông dân làm thuê cho doanh nghiệp:



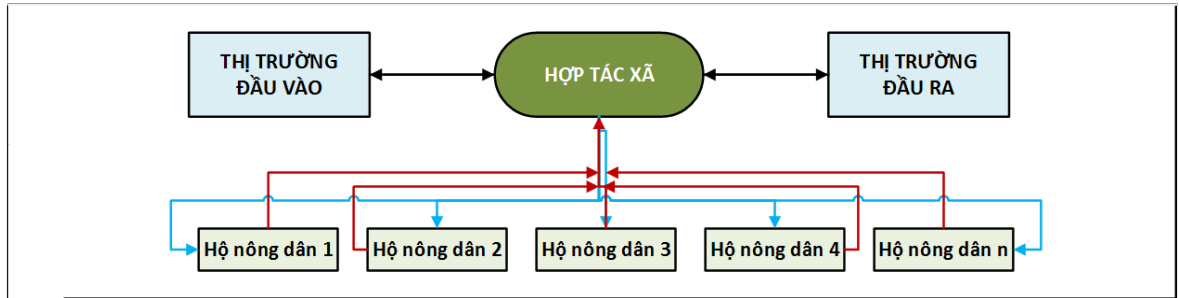
Hình 4.6: Sơ đồ biểu diễn quan hệ của hộ nông dân làm thuê cho doanh nghiệp

*Nguồn: Sở NN và PTNT TPHCM, 2017*

Hộ nông dân là chủ đất ký hợp đồng sản xuất cho doanh nghiệp theo điều kiện do doanh nghiệp đặt ra. Hộ nông dân không được hỗ trợ của nhà nước về vay vốn ưu đãi, đào tạo - huấn luyện, chuyển giao tiến bộ khoa học kỹ thuật từ trung tâm khuyến nông và các đơn vị có liên quan, do doanh nghiệp đã chịu trách nhiệm về việc này. Vì thế, hộ nông dân lệ thuộc hoàn toàn vào doanh nghiệp. Nếu doanh

ng nghiệp thay đổi chính sách hợp tác thì nông dân phải chấp nhận hoặc bỏ hợp đồng lại trở thành hộ sản xuất cá thể.

### (3) Hộ nông dân liên kết thành lập HTX:



Hình 4.7: Sơ đồ biểu diễn quan hệ của hộ nông dân liên kết thành lập HTX

*Nguồn: Sở NN và PTNT TPHCM, 2017*

Trong sơ đồ quan hệ này, hộ nông dân là chủ đất, chủ sở hữu tư liệu sản xuất của riêng mình, chịu trách nhiệm về tổ chức sản xuất, hiệu quả sản xuất của mình (đây là hình thức sở hữu kép của hộ nông dân: vốn góp vào HTX và vốn đầu tư sản xuất của riêng mình).

Bảng 4.4: So sánh hiệu quả kinh tế giữa hộ nông dân có tham gia HTX với hộ nông dân độc lập, không tham gia vào HTX trong sản xuất rau an toàn (tính trên quy mô 1 ha/hộ).

| STT | Chỉ tiêu          | ĐVT         | Hộ độc lập, không tham gia HTX (1) | Hộ tham gia HTX (2) | Chênh lệch $\pm \Delta$ | So sánh giữa (2) với (1) |
|-----|-------------------|-------------|------------------------------------|---------------------|-------------------------|--------------------------|
| 1   | Năng suất         | Tấn/năm     | 133,5                              | 134,4               | 0,9                     | 0,7%                     |
| 2   | Giá bán           | Tr.đ/tấn    | 5,9                                | 6,5                 | 0,6                     | 10,2%                    |
| 3   | Giá trị sản lượng | Tr.đ/năm/hộ | 787,7                              | 873,6               | 85,9                    | 10,9%                    |
| 4   | Lợi nhuận         | Tr.đ/năm/hộ | 336,7                              | 456,9               | 120,2                   | 35,7%                    |

*Nguồn: Sở NN và PTNT TPHCM, 2017*

Bảng khảo sát trên cho thấy hộ nông dân có tham gia HTX đều có những kết quả cao hơn hộ độc lập, không tham gia HTX cả về năng suất, giá bán và lợi nhuận đạt được.

#### **(4). Hợp tác xã (HTX):**

HTX là một hội tự chủ của những cá nhân liên kết với nhau một cách tự nguyện để đáp ứng các nhu cầu và nguyện vọng chung của họ thông qua một đơn vị kinh doanh thuộc sở hữu chung và điều hành dân chủ. Ở Việt Nam, căn cứ vào tình hình, đặc điểm kinh tế - xã hội của đất nước và kế thừa những quy định của Luật HTX năm 2012, nước ta định nghĩa về HTX như sau: “Hợp tác xã là tổ chức kinh tế tập thể, đồng sở hữu, có tư cách pháp nhân, do ít nhất 07 thành viên tự nguyện thành lập và hợp tác tương trợ lẫn nhau trong hoạt động sản xuất, kinh doanh, tạo việc làm nhằm đáp ứng nhu cầu chung của thành viên, trên cơ sở tự chủ, tự chịu trách nhiệm, bình đẳng và dân chủ trong quản lý hợp tác xã”.

Một số HTX hoạt động không đạt hiệu quả như mong muốn với chức năng giống như một thương lái thu mua sản phẩm từ các hộ nông dân. HTX được khuyến khích thành lập dựa trên sự góp vốn của các xã viên, mà hầu hết là các xã viên đều thuộc hộ nghèo. Do đó, lượng vốn góp của xã viên vào HTX là rất ít, không đủ vốn lưu động cho các HTX kinh doanh sản phẩm. Tuy nhiên, HTX cũng khó thể tiếp cận được các nguồn vốn của ngân hàng thương mại vì không có tài sản thế chấp. Trong khi đó, cung ứng sản phẩm cho các đối tác có giá mua sản phẩm cao và ổn định thì đòi hỏi HTX phải chịu chiếm dụng vốn khá lâu. Vì vậy, HTX gặp khá nhiều khó khăn khi cung ứng nguyên liệu cho các đối tác là khách hàng lớn với sản lượng và mức giá cao.

Đa số các HTX chỉ cung cấp một số yếu tố đầu vào cho thành viên HTX như giống, phân bón, thuốc BVTV nhưng hơn 90% HTX không quan tâm đến điều mà các xã viên quan tâm nhất, đó chính là tiêu thụ sản phẩm của các hộ thành viên một cách hiệu quả nhất để hạn chế mâu thuẫn tồn tại dai dẳng đối với nông nghiệp là giá đầu vào cao và giá đầu ra thấp. Theo báo cáo của Bộ NN và PTNT, các HTX hoạt động hiệu quả chỉ liên kết, hỗ trợ được khoảng 5% số hộ nông dân.

Bảng 4.5: Số lượng và cơ cấu HTX nông nghiệp các tỉnh Vùng KTTĐPN năm 2012

| STT | Liên minh HTX tỉnh, TP | Tổng số | HTX Nông nghiệp | % HTX NN |
|-----|------------------------|---------|-----------------|----------|
| 1   | Bà Rịa-Vũng Tàu        | 60      | 13              | 21,7     |
| 2   | Bình Dương             | 92      | 14              | 15,2     |
| 3   | Bình Phước             | 81      | 65              | 80,2     |
| 4   | Đồng Nai               | 209     | 72              | 34,4     |
| 5   | Long An                | 72      | 27              | 37,5     |
| 6   | Tây Ninh               | 98      | 51              | 52,0     |
| 7   | Tiền Giang             | 98      | 42              | 42,9     |
| 8   | TP.Hồ Chí Minh         | 471     | 48              | 10,2     |
|     | Tổng cộng              | 1,181   | 332             | 28,1     |

*Nguồn: Liên Minh HTX Việt Nam 2012*

Các số liệu về tình hình phát triển các liên kết ngang thông qua hình thức HTX của Vùng KTTĐPN cho thấy: Tổng số HTX trong Vùng KTTĐPN là 1.181. Trong đó, TPHCM là địa phương có số lượng HTX nhiều nhất với 402 HTX, chiếm 40% tổng số các HTX, ít nhất là tỉnh Bà Rịa – Vũng Tàu với 60 HTX, chiếm 5% tổng số các HTX.

Tổng số HTX nông nghiệp là 332, chiếm 28,11% so với tổng số các HTX của Vùng KTTĐPN. Trong đó, Bình Phước lại là địa phương có số lượng HTX nông nghiệp nhiều nhất, 65 HTX, có tỷ lệ số lượng HTX NN/ tổng số HTX, lên đến 80,11%. Tỉnh Bà Rịa – Vũng Tàu có số lượng HTX nông nghiệp ít nhất, 13 HTX, chiếm 21.7% số lượng HTX. Tuy nhiên, nếu tính theo tỷ lệ HTX nông nghiệp/ tổng số HTX thì TPHCM lại có tỷ lệ thấp nhất, chỉ chiếm 10,2% (mặc dù có số lượng HTX nông nghiệp nhiều, đứng hàng thứ 4 trong các Vùng KTTĐPN, nhưng do số lượng HTX lớn nhất so với Vùng KTTĐPN, 402 HTX, nên tỷ lệ HTX nông nghiệp/ tổng số HTX lại ít nhất trong Vùng KTTĐPN)

Theo Niên giám thống kê cả nước, hiện nay nước ta có trên 1,7 triệu ha trồng rau quả, sản lượng đạt trên 22 triệu tấn. Trong đó, Vùng KTTĐPN chiếm khoảng 16,62% về diện tích (282.540 ha) và 17,7% về sản lượng (3.894.000 tấn). Còn tính riêng cây rau, Vùng KTTĐPN chiếm khoảng 20,39% diện tích và 27,62% về sản lượng. So với sản lượng rau quả tươi được sản xuất, sản lượng rau quả tươi xuất

khẩu đang chiếm một tỷ trọng khá nhỏ và tiềm năng xuất khẩu rau quả tươi còn rất lớn. Tuy chưa có đầy đủ số liệu để xác định hiệu quả của việc liên kết đối với các HTX trong Vùng KTTĐPN, nhưng qua số liệu phân tích của Sở NN và PTNT TPHCM cho thấy sự khác biệt rất rõ về hiệu quả kinh tế giữa HTX có liên kết và HTX không có liên kết thể hiện qua bảng sau.

Bảng 4.6: So sánh hiệu quả kinh tế giữa HTX có liên kết so với HTX độc lập, không có liên kết

| STT | Chỉ tiêu                  | ĐVT        | HTX độc lập<br>(1) | HTX có liên kết<br>(2) | So sánh<br>(2)/(1)<br>(%) |
|-----|---------------------------|------------|--------------------|------------------------|---------------------------|
| 1   | Số thành viên bình quân   | Người      | 42                 | 72                     | 171%                      |
| 2   | Vốn đầu tư SXKD bình quân | triệu đồng | 1398               | 3352                   | 240%                      |
| 3   | Doanh thu bình quân       | triệu đồng | 3127               | 17928                  | 573%                      |
| 4   | Lợi nhuận bình quân       | triệu đồng | 298                | 461                    | 155%                      |

*Nguồn: Sở NN và PTNT TPHCM, 2017*

Như vậy, bốn chỉ tiêu trên đều cho thấy sự khác biệt mang tính vượt trội của HTX có liên kết so với HTX độc lập, không có liên kết. Đây cũng là điểm rất quan trọng để xác định hiệu quả của việc liên kết ngang thông qua hình thức HTX.

#### **(5). Doanh nghiệp sản xuất rau quả tươi:**

Đây là nhóm tác nhân có quy mô sản xuất tương đối lớn, thường thuê lại đất của nông dân (ít nhất 20 năm) hoặc thuê của nhà nước diện tích từ vài chục đến vài trăm ha. Các doanh nghiệp thường đầu tư toàn bộ hạ tầng kỹ thuật và sản xuất theo qui trình công nghệ tiên tiến; sử dụng giống rau quả chất lượng cao và có độ ổn định, được thị trường chấp nhận; sản xuất ra sản phẩm cuối cùng để tiêu thụ nội địa, chế biến hoặc xuất khẩu; thuê lao động có trình độ chuyên môn phù hợp để làm việc, trong đó có những hộ nông dân đã cho thuê đất.

#### **4.2.2.2. Thương lái thu gom và sơ chế**

Đây là nhóm tác nhân thương mại ở quy mô nhỏ, bao gồm hệ thống thương lái và công ty thu mua nông sản. Nhóm này có chức năng chính là thu gom, tập hợp nông sản từ người sản xuất và bán lại cho chợ đầu mối hoặc các công ty chế biến,

thương mại nông sản. Cũng có thể tính gộp vào nhóm sơ chế (sơ chế sản phẩm) vì các thương lái quy mô lớn thường có thêm hoạt động sơ chế này. Khi thị trường khan hiếm hàng, thương lái sẽ nắm được thông tin này từ người bán sỉ và chủ động tìm kiếm nguồn hàng từ nông dân (đặt cọc trước với nông dân) thu được lợi nhuận cao. Ngược lại khi thị trường dư thừa, giá rau quả xuống thấp, thương lái cũng được thông báo, họ ép giá nông dân, mua ít hơn. Vì vậy thương lái thường là lời ít hay nhiều, hoặc hòa vốn, không bao giờ bị lỗ.

Thương lái thường thu mua từ nông dân trên cùng khu vực (mua quanh năm). Theo đơn đặt hàng của nơi tiêu thụ, họ hợp đồng lại với người sản xuất bằng cam kết đặt hàng (ràng buộc bằng tín chấp, sổ theo dõi, không cần thủ tục) về chủng loại, số lượng; riêng giá cả phụ thuộc vào biến động của thị trường. Sau đó, thu mua và cung ứng cho các đơn vị đặt hàng.

#### **4.2.2.3. Doanh nghiệp chế biến, thương mại, xuất khẩu**

Các tác nhân này khá đa dạng. Họ có thể là các doanh nghiệp chế biến nông sản, các doanh nghiệp thương mại và xuất khẩu nông sản ở các quy mô khác nhau và cung ứng cho các thị trường khác nhau. Các doanh nghiệp này thường thu mua nông sản từ các thương lái, hoặc các doanh nghiệp sơ chế. Họ chỉ mua trực tiếp sản phẩm từ hộ gia đình nông dân, trang trại và hợp tác xã khi có các thỏa thuận sản xuất theo hợp đồng.

Các tác nhân này thường bán rau quả sau chế biến cho các thương lái, doanh nghiệp bán lẻ cho hệ thống thị trường nội địa, hoặc xuất khẩu nông sản đến các nhà thu mua, doanh nghiệp bán lẻ nước ngoài trong trường hợp xuất khẩu.

Các công ty thường giao dịch với nhóm nông dân hoặc HTX, có điểm tập kết và công ty tự chuyên chở về điểm sơ chế. Công ty thu mua ở dạng nguyên cây, nguyên trái và tự sơ chế theo yêu cầu của khách hàng. HTX thì thu mua tại điểm sơ chế của mình. Nông dân tự mang đến và hàng đã tự sơ chế.

Hiện nay, nhiều công ty chế biến rau quả tại các địa phương chưa có thương hiệu riêng, mà sử dụng thương hiệu của nhà nhập khẩu. Về lâu dài, điều này là một bất lợi cho nhà xuất khẩu vì trong xu thế hội nhập kinh tế thế giới, tính thương mại và cạnh tranh rất cao, sẽ có nhiều thiệt hại nếu không xây dựng thương hiệu và bảo vệ thương hiệu của mình.

Những yêu cầu thị trường ngoài các quy định bắt buộc của chính phủ các nước, đây là những vấn đề mang tính không bắt buộc đối với các nhà xuất khẩu ở các nước đang phát triển và nhưng có ý nghĩa quan trọng để cạnh tranh. Những khía cạnh về môi trường, xã hội, sức khỏe, và sự an toàn của sản phẩm và sản xuất đã trở thành những vấn đề chính ở Châu Âu, châu Mỹ, Nhật Bản. Phụ thuộc vào nhóm sản phẩm được đề cập, những nhân tố này có thể đóng vai trò sống còn trong việc chuẩn bị xuất khẩu vào thị trường Châu Âu, châu Mỹ..

#### **4.2.2.4. Các cơ quan quản lý nhà nước, các tổ chức (công) có liên quan đến sản phẩm/ ngành hàng**

Các nhà hỗ trợ và thúc đẩy chuỗi liên kết bao gồm: Sở NN & PTNT, Sở Công Thương, Sở Khoa học và Công nghệ, Liên minh HTX, Các Viện nghiên cứu, Trường Đại học, Phòng Kinh tế Huyện, Hội nông dân, Ngân hàng, các quỹ hỗ trợ doanh nghiệp...

Trong đó, Sở Nông nghiệp và PTNT cũng như Sở Công Thương, Sở Khoa học và Công nghệ có chức năng quản lý nhà nước về nông nghiệp, tham mưu cho Ủy ban Nhân dân các tỉnh/ thành về các chính sách, chiến lược phát triển, cũng như hỗ trợ các hoạt động có liên quan đến chuyên ngành, đến chất lượng và an toàn vệ sinh thực phẩm, các dịch vụ khoa học – công nghệ cũng như thúc đẩy hình thành các chuỗi liên kết trong nông nghiệp trên địa bàn tỉnh/ thành phố. Liên Minh các HTX tỉnh/ thành có chức năng bảo vệ quyền lợi và đại diện cho các HTX trong các hoạt động hỗ trợ xã viên, quản lý và hỗ trợ hoạt động của các hình thức kinh tế tập thể, tạo thành các liên kết ngang, liên kết dọc. Phòng Kinh tế huyện có chức năng quản lý nhà nước trên địa bàn huyện về nông nghiệp cũng như hỗ trợ các hoạt động có

liên quan đến chuyên ngành, đến chất lượng và an toàn vệ sinh thực phẩm. Hội Nông dân các cấp từ tỉnh/ thành đến xã/ phường đại diện cho tiếng nói và quyền lợi của nông dân, hỗ trợ việc phát triển các chuỗi liên kết ngang thông qua việc tập hợp nông dân và hỗ trợ hình thành các HTX, tổ hợp tác. Ngân hàng là một thành phần quan trọng làm cho chuỗi liên kết được vận hành thông suốt thông qua hoạt động cấp vốn.

Ở một số địa phương có chính sách khuyến khích chuyển đổi cơ cấu sản xuất nông nghiệp như TPHCM, sở Nông Nghiệp và PTNT cũng như các Phòng Kinh tế có vai trò chính trong việc đề xuất, triển khai và thực hiện các chính sách hỗ trợ trong nông nghiệp. Các tổ chức tín dụng như ngân hàng, quỹ hỗ trợ đóng vai trò quan trọng trong việc thúc đẩy và tạo điều kiện cho các hoạt động của chuỗi được vận hành thông suốt.

Các Viện nghiên cứu, Trường Đại học như Viện Khoa học Kỹ thuật Nông nghiệp Miền Nam, Viện nghiên cứu cây ăn quả Tiền Giang (Sofri), Trường Đại học Nông Lâm TPHCM, Trường Đại học Tiền Giang, Đại học quốc tế, Đại học Kinh tế... đóng vai trò là các tổ chức nghiên cứu, đào tạo nguồn nhân lực, giải quyết các vướng mắc từ thực tiễn sản xuất – kinh doanh của ngành rau quả đặt ra, tham gia chuỗi với tư cách là một thành phần kết nối giữa chính quyền và doanh nghiệp, HTX trong việc giải quyết các vấn đề về kỹ thuật, công nghệ hoặc quản lý... đưa các bên công và tư nhân ngồi lại với nhau trong các cuộc đối thoại, hội thảo, bài giảng... Cụ thể các đóng góp cho chuỗi thể hiện rõ ở các chính sách ưu đãi phát triển đối với sản phẩm/ ngành hàng:

- ***Quyết định số 62/2013/QĐ-TTg ngày 25/10/2013*** của Thủ tướng chính phủ về chính sách khuyến khích phát triển hợp tác, liên kết sản xuất gắn với tiêu thụ nông sản, xây dựng cánh đồng lớn. Quyết định này nhằm khuyến khích liên kết sản xuất gắn với chế biến và tiêu thụ nông sản thuộc các dự án cánh đồng lớn theo quy hoạch và được cấp có thẩm quyền phê duyệt; đối tượng áp dụng là các doanh

ng nghiệp trong nước; hộ gia đình, cá nhân, trang trại; hợp tác xã, liên hiệp hợp tác xã.

– ***Nghị định số 55/2015/NĐ-CP ngày 09 tháng 06 năm 2015*** của Chính phủ về chính sách tín dụng phục vụ phát triển nông nghiệp, nông thôn. Đây là chính sách khuyến khích việc cho vay đối với lĩnh vực nông nghiệp, nông thôn thông qua hỗ trợ nguồn vốn, sử dụng các công cụ điều hành chính sách tiền tệ, chính sách xử lý rủi ro phát sinh trong lĩnh vực nông nghiệp, nông thôn và các chính sách khác trong từng thời kỳ

– ***Thông tư số 15/2016/TT-BNNPTNT ngày 10 tháng 06 năm 2016*** của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn về hướng dẫn điều kiện và tiêu chí thụ hưởng hỗ trợ đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng đối với hợp tác xã, liên hiệp hợp tác xã hoạt động trong lĩnh vực trồng trọt, chăn nuôi, lâm nghiệp, ngư nghiệp, diêm nghiệp, thủy lợi.

– ***Nghị định số 57/2018/NĐ-CP ngày 17 tháng 4 năm 2018*** của Chính phủ về về cơ chế, chính sách khuyến khích doanh nghiệp đầu tư vào nông nghiệp, nông thôn thay thế Nghị định số 210/2013/NĐ-CP ngày 19 tháng 12 năm 2013 chính sách khuyến khích doanh nghiệp đầu tư vào nông nghiệp, nông thôn được kỳ vọng tạo bước ngoặt, thu hút doanh nghiệp đầu tư vào lĩnh vực nông nghiệp, nông thôn. Theo đó, các doanh nghiệp trên sẽ được Nhà nước tạo điều kiện thuận lợi trong quá trình tiếp cận và thực hiện thủ tục đầu tư; hưởng ưu đãi và hỗ trợ thông qua miễn, giảm tiền sử dụng đất và miễn, giảm tiền thuê đất, thuê mặt nước của Nhà nước, hỗ trợ tập trung đất đai; tiếp cận, hỗ trợ tín dụng; hỗ trợ nghiên cứu, chuyển giao, ứng dụng nông nghiệp công nghệ cao; hỗ trợ đào tạo nguồn nhân lực, phát triển thị trường; hỗ trợ đầu tư cơ sở; cung cấp dịch vụ công và đầu tư kết cấu hạ tầng nông nghiệp, nông thôn.

– ***Nghị định số 58/2018/NĐ-CP ngày 18 tháng 4 năm 2018*** của Chính phủ về bảo hiểm nông nghiệp. Chính sách này nhằm khuyến khích các doanh nghiệp bảo hiểm thực hiện bảo hiểm nông nghiệp và tạo điều kiện cho tổ chức, cá nhân sản

xuất trong ngành nông nghiệp, lâm nghiệp và thủy sản chủ động khắc phục và bù đắp thiệt hại về tài chính do các rủi ro xảy ra trong quá trình sản xuất. Các loại hình bảo hiểm bao gồm bảo hiểm định danh, bảo hiểm mọi rủi ro, bảo hiểm đối với tổn thất về thu nhập, bảo hiểm theo chỉ số năng suất, bảo hiểm theo chỉ số thời tiết, bảo hiểm theo chỉ số viễn thám và các loại hình bảo hiểm khác theo thỏa thuận tại hợp đồng bảo hiểm.

– ***Nghị định số 98/2018/NĐ-CP ngày 05 tháng 7 năm 2018*** của Chính phủ về chính sách khuyến khích phát triển liên kết, hợp tác trong sản xuất và tiêu thụ sản phẩm nông nghiệp. Trong đó, các nội dung được ưu đãi, hỗ trợ bao gồm: chi phí tư vấn, xây dựng liên kết; xây dựng hạ tầng phục vụ liên kết; khuyến nông, đào tạo, tập huấn và giống, vật tư, bao bì, nhãn mác sản phẩm.

Riêng ở cấp độ địa phương, một số tỉnh/ thành như Thành phố Hồ Chí Minh đã có một số chính sách hỗ trợ, khuyến khích và phát triển doanh nghiệp, nông nghiệp như:

– ***Quyết định 50/2015/QĐ-UBND ngày 30 tháng 10 năm 2015*** Ban hành quy định về thực hiện Chương trình kích cầu đầu tư của Thành phố Hồ Chí Minh. Theo Chương trình này Thành phố hỗ trợ 50% lãi suất vay thuộc lĩnh vực thương mại và phục vụ sản xuất nông nghiệp: (i) Các dự án đầu tư hệ thống bán lẻ hàng hóa, sản phẩm thiết yếu tại các huyện ngoại thành; (ii). Các dự án đầu tư xây dựng chuồng trại chăn nuôi gia súc, gia cầm; dự án đầu tư cơ sở giết mổ; sản xuất giống gia súc, gia cầm; dự án đầu tư cơ sở sản xuất thức ăn chăn nuôi; các dự án đầu tư công nghệ phục vụ ngành công nghiệp chế biến các sản phẩm nông nghiệp; (iii) Các dự án phải đáp ứng yêu cầu bảo đảm vệ sinh an toàn thực phẩm, không gây ô nhiễm môi trường và sản phẩm của các dự án phải thuộc danh mục hoặc phục vụ cho sản xuất các mặt hàng thiết yếu theo Chương trình bình ổn giá cả thị trường và được Ủy ban nhân dân Thành phố phê duyệt.

- **Quyết định 21/2015/QĐ-UBND ngày 14 tháng 5 năm 2015** về ban hành quy định chính sách khuyến khích áp dụng quy trình thực hành sản xuất nông nghiệp tốt trong nông nghiệp và thủy sản trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh. Chính sách này nhằm khuyến khích các tổ chức, cá nhân, hộ gia đình áp dụng Quy trình thực hành sản xuất nông nghiệp tốt trong nông nghiệp và thủy sản trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh.
- **Quyết định số 655/QĐ-UBND ngày 12/2/2018** của UBND TPHCM quy định về khuyến khích chuyển dịch cơ cấu nông nghiệp đô thị trên địa bàn thành phố giai đoạn 2017 – 2020.

Ngoài ra, các tỉnh/ thành còn thành lập các Quỹ như: Quỹ phát triển khoa học công nghệ, Quỹ bảo lãnh tín dụng cho nhỏ và vừa (DNNVV), Quỹ Đầu tư Khởi nghiệp và Sáng tạo. Đây là những tổ chức tài chính trung gian của Nhà nước được thành lập với mục đích là hỗ trợ cho doanh nghiệp, trong đó có doanh nghiệp đầu tư trong lĩnh vực nông nghiệp, giúp cho doanh nghiệp có thể tiếp cận được với các nguồn vốn ưu đãi, tiếp cận được với các tổ chức tài chính tín dụng dễ dàng...

#### **4.2.3. Phân tích các yếu tố tác động đến các khâu trong chuỗi liên kết**

##### **4.2.3.1. Các nguồn đầu vào ảnh hưởng trực tiếp đến sản xuất**

Các nguồn đầu vào có tác động trực tiếp đến sản xuất rau quả khá đa dạng, phong phú và nhiều lựa chọn. Điều kiện thổ nhưỡng của Vùng KTTĐPN cũng đa dạng, từ đất xám bạc màu cho đến phù sa châu thổ, mang tính đặc trưng của vùng đất phèn mặn (Long An, TP HCM, Bà Rịa Vũng Tàu), vùng đất xám (Tây Ninh, Bình Dương), đất phù sa châu thổ (Tiền Giang), bazan (Bình Phước)... Nguồn nước cũng phong phú với nhiều sông ngòi, rạch nước và hệ thống thủy lợi như hệ thống sông Saigon, sông Đồng Nai, sông Tiền, sông Bé... các hồ thủy lợi Dầu Tiếng, Kênh Đông... cung cấp nguồn nước mặt và nguồn nước ngầm phong phú, đủ cho sản xuất nông nghiệp. Đối với sản xuất rau quả, đặc biệt là đối với trái cây, việc phụ thuộc vào điều kiện tự nhiên vẫn còn là vấn đề cần phải lưu tâm.

#### 4.2.3.2. Thu mua, phân loại, kiểm tra

Qua khảo sát sâu chuỗi liên kết xuất khẩu rau quả tươi cho thấy cách phân loại sản phẩm của nhà sản xuất thông thường như sau:

- Loại thượng hạng (extra class): chiếm 10% sản lượng, dành cho khách hàng đẳng cấp, có nhu cầu thưởng thức cao.
- Loại 1 (class 1): 30% sản lượng, dành cho các khách hàng là các siêu thị, Hi-end shops, HORECA..., giá cao, đóng gói đúng tiêu chuẩn, có thể xuất khẩu.
- Loại 2 (Class 2): 40% sản lượng, giá bình thường, đủ lợi nhuận cho các thành phần tham gia mua bán, dành cho khách hàng phổ thông.
- Loại 3 (class 3): chiếm khoảng 20% sản lượng, loại này có lớp vỏ bên ngoài bị ảnh hưởng do trầy, xước, hình thức không bắt mắt... giá rẻ hơn loại 2 khoảng 50 – 70%, thường dùng để chế biến.

#### 4.2.3.3. Vận chuyển

HTX và công ty rau quả đều vận chuyển tới các khách hàng bằng xe tải thông thường (không có xe lạnh), hoặc bằng xe máy (khi số lượng ít). Việc vận chuyển thường được thực hiện vào buổi sáng sớm do thời tiết mát mẻ. Nếu như khi sắp xếp để vận chuyển người nông dân thực hiện rất đơn giản bằng các cần xé và để rau quả chồng chất rau quả lên xe thồ hoặc cần xé, thì thương lái lại rất lưu tâm đến phần này. Để giảm thiểu hao hụt, họ xếp rau quả vào rổ nhựa có thể chồng lên nhau mà không bị dập nát. Vì khoảng cách vận chuyển gần nên theo các công ty, các HTX, hao hụt trong giai đoạn này khoảng 2-5%. Người nông dân thường tự vận chuyển hàng đến HTX hoặc đến chợ. Các phương tiện vận chuyển thường được sử dụng là xe máy, xe ba bánh với quãng đường tương đối ngắn.

Nhìn chung người bán lẻ cho rằng họ không gặp nhiều khó khăn trong quá trình vận chuyển. Tuy nhiên cách đóng gói khi vận chuyển khiến cho rau quả dễ bị dập gãy khi thời tiết xấu hoặc khi đi xa. Để tránh hao hụt họ thường rất chú ý đến cách sắp xếp khi vận chuyển. Đối với việc vận chuyển rau quả xuất khẩu bằng đường hàng không (rau gia vị, một số loại rau ăn củ và trái cây...), bao bì đóng gói

khi vận chuyển là thùng xốp và phải được chèn đá gel để giữ hàng cho tươi. Sau khi đóng gói chuẩn bị xuất thì chủ hàng phải thuê kho lạnh để gửi hàng trong thời gian chờ chuyến bay chở hàng. Vận chuyển theo đường hàng không, tuy thời gian vận chuyển ngắn nhưng giá cước rất cao do đó chi phí sẽ rất cao.

Còn đối với việc vận chuyển xuất khẩu bằng đường biển, bao bì đóng gói khi vận chuyển là thùng carton có đục lỗ. Cước vận chuyển thấp do đó giá xuất sẽ thấp. Tuy nhiên, do thời gian vận chuyển dài nên phải có kỹ thuật bảo quản tốt để hàng không bị hư và giữ được tươi về màu sắc mà chất lượng không đổi so với ban đầu.

#### **4.2.3.4. Quy trình thu hoạch và xử lý sau thu hoạch**

Vấn đề bảo quản chất lượng sản phẩm trở thành vấn đề rất quan trọng khi xuất khẩu. Ngoài ra, đầu tư cho công nghệ sau thu hoạch còn nhằm làm tăng giá trị gia tăng của rau quả. Do hạn chế về kho tồn trữ, bảo quản hàng hóa nên mọi việc sơ chế, đóng gói, vận chuyển phải được làm nhanh, làm hết, làm cả ban đêm để có thể chuyển hàng đến cho khách hàng. Ngoài ra cơ sở vật chất cho các điểm sơ chế, đóng gói, bảo quản vẫn khá đơn sơ, đôi khi còn chưa đảm bảo yêu cầu về các tiêu chuẩn vệ sinh an toàn thực phẩm. Nhu cầu về việc nâng cấp các cơ sở sơ chế, đóng gói, tập kết hàng hoá là khá cần thiết. Đó cũng là phương pháp giữ cho sản phẩm an toàn, đạt chuẩn xuất khẩu.

Khác với người nông dân sản xuất rau quả bình thường, nông dân sản xuất rau quả để xuất khẩu phải tuân thủ theo một quy trình khá chặt chẽ từ lúc trồng trọt cho đến lúc thu hoạch. Quy trình đó cụ thể gồm có các bước: Thu hoạch - Cắt tỉa – Phân loại - Đóng gói - Dán nhãn. Việc tiếp cận các công nghệ bảo quản hiện đại như công nghệ khí quyển biến đổi và bao MAP (*Modified Atmosphere Packaging*), hoặc công nghệ ứng dụng tĩnh điện DENBA vẫn còn rất hạn chế mặc dù các công nghệ này rất hiện đại và hiệu quả, có thể lưu trữ và bảo quản rau quả tươi lên đến 3 tuần lễ (đối với công nghệ MAP) hoặc lên đến 6 tháng (đối với công nghệ DENBA).

Rau quả là hàng tươi sống nên không thể tồn trữ lâu sau thu hoạch tại HTX và công ty rau quả, nhất là đối với rau ăn lá. Chỉ riêng một số ít công ty chế biến mới có nhà lạnh để bảo quản sản phẩm. Các HTX đều không có kho lạnh nên tất cả rau phải được tiêu thụ ngay trong ngày hoặc bỏ làm phân xanh. Mức hao hụt rất đa dạng tùy theo mùa vụ và tùy theo các thay đổi trong đơn đặt hàng. Phần lớn thương lái tham gia vào các quá trình cắt, tía, phân loại, bó, đóng gói, dán nhãn, vận chuyển. Tuy nhiên so với người nông dân, các khâu này được tiến hành theo một quy trình chặt chẽ và kỹ lưỡng hơn với qui mô lớn và tập trung hơn. Thương lái có điểm sơ chế riêng, còn đối với các công ty, điểm sơ chế rau quả thường được trang bị tốt hơn HTX. Tại điểm tập kết thương lái cũng tiến hành sơ chế nhưng có khác biệt hơn so với nông dân là rau quả được rửa sạch bằng nước Ozon, được phân loại kỹ càng cho từng khách hàng. Hao hụt ở khâu này khoảng từ 10 – 15%.

#### **4.2.3.5. Đóng gói, bao bì**

Đóng gói thường được sử dụng để bảo vệ sản phẩm khỏi bị tác động cơ học và tạo ra môi trường bảo quản thích hợp. Đây là yếu tố thiết yếu quyết định chất lượng sản phẩm, vì nó vừa đại diện, vừa bảo vệ cho sản phẩm. Đặc biệt, đóng gói để vận chuyển là cần thiết để đảm bảo rằng rau, quả tươi được chở đến trong điều kiện hoàn hảo. Bao bì đóng vai trò quan trọng trong trưng bày bán lẻ, nhưng khi luân chuyển trong thương mại, bao bì có chức năng kỹ thuật nhiều hơn.

Đây cũng là khâu nói lên vai trò rất lớn của thương lái đối với việc đảm bảo chất lượng và quảng bá cho sản phẩm của nông dân. Phương thức đóng gói của thương lái tiến bộ hơn hẳn so với người nông dân. Đóng gói của các HTX khá đơn giản. Điểm bán sẽ tự đóng gói hoặc không đóng gói. Những nơi mà kích cỡ bao bì được xem là một tiêu chuẩn, các kích cỡ được chấp nhận phổ biến của thùng các-tông là: 60 x 40 cm; 40 x 30 cm, do tương thích với kích thước của những tấm pa-lét, và thùng chứa có bánh lăn thường được sử dụng để phân phối các loại rau, quả.

#### **4.2.3.6. Các kênh phân phối xuất khẩu**

Các nghiên cứu định kỳ hàng năm về thị trường rau quả tươi EU của tổ chức hỗ trợ nhập khẩu từ các nước đang phát triển của Hà Lan – CBI cho thấy thị trường này có xu hướng ngày càng tập trung. Gặp mặt trực tiếp giữa các nhà sản xuất hoặc xuất khẩu và các chuỗi bán lẻ đang trở nên ít phổ biến. Các nhà nhập khẩu hoặc các nhóm mua hàng chuyên biệt là những đối tác kinh doanh trực tiếp của nhà sản xuất hoặc xuất khẩu. Một số nhà nhập khẩu cũng trở thành nhà cung cấp các dịch vụ hậu cần, kiểm soát chất lượng và nhà điều phối của chuỗi cung ứng rau quả tươi.

Hầu hết các nhà xuất khẩu từ các nước đang phát triển sẽ chỉ liên hệ với các nhà nhập khẩu trái cây và rau tươi chứ không liên hệ trực tiếp với nhà bán lẻ hay các tổ chức dịch vụ ăn uống. Các nhà nhập khẩu rau quả tươi là các đối tác kinh doanh tốt nhất cho các nhà xuất khẩu từ các nước đang phát triển. Các nhà nhập khẩu có kinh nghiệm và am hiểu thị trường quốc tế và nhiều người trong số họ có mối quan hệ tốt với nhà cung cấp và người mua trên toàn thế giới. Các nhà nhập khẩu đóng vai trò ngày càng chuyên biệt như nhà kiểm soát chất lượng và cung cấp dịch vụ hậu cần. Do đó, các nhà xuất khẩu cần liên hệ và hợp tác với các nhà nhập khẩu chuyên biệt để phân phối sản phẩm.

Sắp xếp việc bán hàng trên cơ sở uỷ thác là một cách bán hàng đặc biệt trên thị trường tại chỗ. Loại thỏa thuận bán hàng này thường được sử dụng trong thương mại rau quả tươi Thỏa thuận uỷ thác được coi là bán hàng trực tiếp khi nhà nhập khẩu hoặc đại lý bán hàng cho bên thứ ba. Khi đó, quyền sở hữu của hàng hóa được chuyển giao. Nhà nhập khẩu hoặc đại lý không nắm quyền sở hữu hàng hoá bất kỳ lúc nào. Giá cả được thiết lập thông qua đàm phán trực tiếp và việc thiết lập giá theo hình thức này được xem là tự do hơn hình thức hợp đồng.

Trái ngược với bán hàng tại thị trường giao ngay là bán hàng dựa trên hợp đồng cố định. Loại hình này đang ngày càng trở thành quan trọng hơn, đặc biệt là các hợp đồng dài hạn như các chương trình nhà cung cấp ưa thích của các kênh

chuỗi bán lẻ. Giá bán tối thiểu cho nhà sản xuất/xuất khẩu thường được nêu trong hợp đồng và có thể bao gồm cả khoản tiền ứng trước để trang trải một số chi phí sản xuất và xuất khẩu. Những hợp đồng như thế khá hấp dẫn khi giá thị trường ở mức thấp hoặc khi biến động giá cả thị trường lớn và khó lường. Loại hợp đồng này cũng hấp dẫn bởi vì chúng thường là hợp đồng dài hạn, có sự đảm bảo và làm cho các khoản đầu tư trở nên khả thi. Mặt khác, chúng hạn chế sự linh hoạt trong sản xuất và tiếp thị vì những yêu cầu nghiêm ngặt của các bên ký kết hợp đồng.

#### **4.2.3.7. Về chính sách phát triển và hỗ trợ của nhà nước:**

Chính sách hỗ trợ nông nghiệp của Trung ương và địa phương đã có nhưng lĩnh vực nông nghiệp vẫn khó tiếp cận vốn để thực hiện đầu tư sản xuất - kinh doanh. Cụ thể như sau:

- Mặc dù có Nghị định, quyết định của Chính phủ trong việc hỗ trợ phát triển nông nghiệp nông thôn, nhưng các văn bản quy phạm pháp luật hướng dẫn thi hành vẫn chưa đồng bộ và cụ thể. Các cơ quan có chức năng chưa thực hiện hay thực hiện chiếu lệ vẫn không có biện pháp xử lý, từ đó, chính sách đã chưa thể triển khai sâu rộng trong thực tế.
- Vai trò của các tổ chức tín dụng như quỹ bảo lãnh các doanh nghiệp vừa và nhỏ, quỹ hỗ trợ vốn cho các hợp tác xã, chương trình khuyến khích chuyển đổi cơ cấu sản xuất nông nghiệp... tuy ngày càng có những hoạt động cung ứng tín dụng nhiều hơn cho các hợp tác xã, nông dân cá thể nhưng so với yêu cầu thực tế của các hợp tác xã, các doanh nghiệp vẫn còn rất thiếu và thời gian hoàn tất các thủ tục để được vay khá dài so với nhu cầu mang tính thời vụ của sản xuất, cũng như thủ tục thế chấp ngân hàng vẫn còn là trở ngại đối với các hợp tác xã, các doanh nghiệp vừa và nhỏ. Ngoài ra, kỹ năng soạn thảo phương án hoặc kế hoạch sản xuất - kinh doanh của người sản xuất để có thể đáp ứng yêu cầu của bộ hồ sơ vay vẫn còn nhiều hạn chế nên một số người phải thông qua dịch vụ, gây tâm lý ngại ngại khi làm hồ sơ vay. Các hợp tác xã cũng như các doanh nghiệp vừa và nhỏ vẫn chưa tiếp cận nhiều với các nguồn vốn này hoặc qui mô vốn cho vay cũng còn

khá hạn chế so với nhu cầu mở rộng sản xuất hoặc trang bị thêm máy móc, thiết bị phục vụ công tác sơ chế, đóng gói...

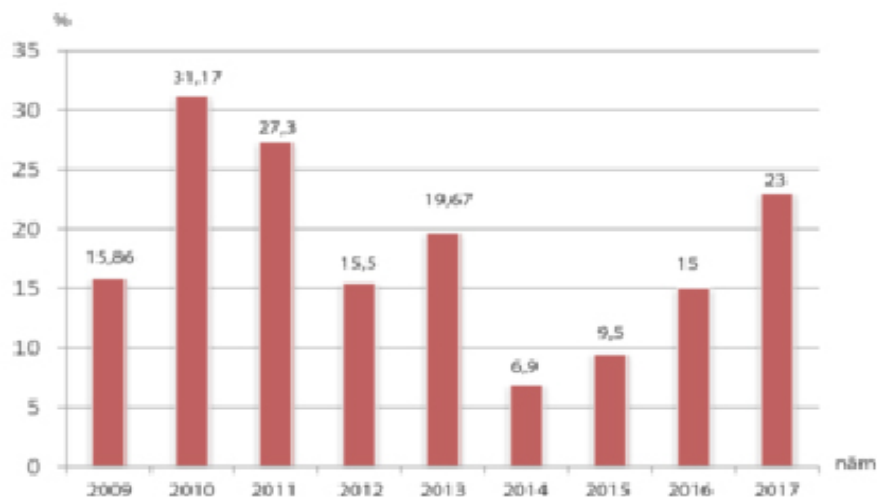
- Các chính sách hỗ trợ phát triển có thể chưa phù hợp hoặc chưa thực sự hấp dẫn với các doanh nghiệp. Chẳng hạn, mặc dù đối tượng được hưởng ưu đãi về lãi suất hầu như chỉ áp dụng đối với các dự án đầu tư đổi mới công nghệ cao và quy mô lớn, trong khi tiềm lực của các doanh nghiệp vừa và nhỏ chỉ dừng lại ở đầu tư từng phần, nhỏ lẻ.

- Các hộ nông dân có nhu cầu vay vốn để sản xuất nhưng lại không đủ điều kiện để vay vốn: Một nông hộ với qui mô lao động khoảng hai người, qui mô sản xuất nhỏ, không có tài sản thế chấp, không có tư cách pháp nhân, không thể là khách hàng hoặc đối tác thực sự của các ngân hàng để được vay theo chính sách ưu đãi của nhà nước, cũng như không thể có đủ tư thế để đàm phán với người bán các yếu tố đầu vào như giống, phân bón, thuốc BVTV, vật tư nông nghiệp nói chung.

- Rất nhiều doanh nghiệp chịu nợ xấu với lãi suất cao trước đây, nay chính là yếu tố gây cản trở doanh nghiệp tiếp cận các chương trình hỗ trợ bởi không có biện pháp tháo gỡ. Một số chủ đầu tư còn e ngại khi vay vốn thực hiện dự án đầu tư, vì rủi ro trong lĩnh vực nông nghiệp cao và trách nhiệm về áp lực trả nợ vay.

- Mặc dù đã thành lập các tổ chức Quỹ như Quỹ phát triển khoa học công nghệ, Quỹ bảo lãnh tín dụng cho DNNVV để hỗ trợ doanh nghiệp, nhưng xem ra các Quỹ này vẫn chưa thể hỗ trợ nhiều cho doanh nghiệp kể từ khi được thành lập đến nay, có thể do nhiều nguyên nhân, nhưng nguyên nhân căn cơ nhất vẫn là hành lang pháp lý cho các Quỹ này hoạt động không đủ. Bảo lãnh tín dụng cho doanh nghiệp vay vốn tại Ngân hàng thương mại nhưng vẫn yêu cầu phải có tài sản thế chấp đảm bảo vốn vay. Hay như doanh nghiệp vay vốn nhưng làm ăn thua lỗ do khách quan, Quỹ phải trả nợ thay cho doanh nghiệp, nhưng pháp luật lại quy trách nhiệm và truy cứu trách nhiệm những người làm nghiệp vụ bảo lãnh, cho vay, trong khi lĩnh vực nông nghiệp rất dễ xảy ra rủi ro, nhưng quy định pháp luật với Quỹ phát triển khoa học công nghệ, Quỹ bảo lãnh tín dụng cho DNNVV TP. Hồ Chí Minh lại không chấp nhận rủi ro, buộc phải bảo toàn vốn...

Tuy nhiên, dưới góc nhìn của các ngân hàng thương mại có một số khác biệt so với cách nhìn của người sản xuất, doanh nghiệp và các cơ quan quản lý nhà nước, Các ngân hàng khi hướng đến tài trợ nông nghiệp phải đối mặt với nhiều thách thức, chủ yếu từ không am hiểu dòng tiền của người sản xuất dẫn đến tính toán sai lệch về nguồn thu nhập trả nợ, cấu trúc khoản vay và tài sản đảm bảo. Trong khi đó, những thách thức này lại là kết quả kéo theo của thực trạng nông nghiệp Việt Nam hiện nay nói chung, nông nghiệp công nghệ cao nói riêng. Theo khảo sát, tính đến ngày 30/06/2017, dư nợ trong lĩnh vực nông nghiệp nông thôn đã đạt hơn 1,188 triệu tỷ đồng, tăng khoảng 47% so với thời điểm bắt đầu triển khai Chính sách tín dụng phục vụ phát triển nông nghiệp và nông thôn theo Nghị định 55/2015/NĐ-CP và tăng 13,7% so với cuối năm 2016, chiếm tỷ trọng 19,8% trong tổng dư nợ tín dụng đối với nền kinh tế. Mặc dù NHNN tiếp sau đó cũng đã ban hành Quyết định 813/QĐ-NHNN ngày 24/04/2017 về Chương trình cho vay khuyến khích phát triển nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao, nông nghiệp sạch theo Nghị quyết 30/NQ-CP ngày 07/03/2017 của Chính phủ; nhưng thực tế cho thấy các NHTM vẫn rất khó khăn trong việc xây dựng và triển khai giải pháp tài trợ các chuỗi liên kết nông nghiệp nói chung cũng như của chuỗi liên kết rau quả tươi nói riêng.



Hình 4.8: Tăng trưởng tín dụng 2009 – 2017 của các ngân hàng thương mại

*Nguồn: Ngân hàng Nhà nước Trung ương*

Các vấn đề thách thức, khó khăn mà các ngân hàng thương mại thường gặp phải trong cung cấp tín dụng cho lĩnh vực nông nghiệp nói chung cũng như cho chuỗi liên kết trong rau quả tươi nói riêng, đó là:

- ***Chất lượng sản phẩm không ổn định do sản xuất chưa theo tiêu chuẩn chung:*** Người sản xuất (Các hộ nông dân, HTX, doanh nghiệp) hiện nay đa phần còn sản xuất tự phát, chưa theo chuẩn kỹ thuật chung, dẫn đến chất lượng sản phẩm không ổn định. Các nguồn cung cấp các yếu tố đầu vào, kỹ thuật sản xuất, quản lý các giai đoạn sản xuất, kiểm soát thành phẩm hiện nay đều khác biệt và manh mún đối với mỗi nhà sản xuất. Việc không rõ ràng và thiếu chuẩn trong sản xuất gây khó khăn cho ngân hàng trong quá trình thẩm định khoản vay cũng như xác định khả năng trả nợ.
- ***Giá cả bấp bênh:*** Nông nghiệp thực phẩm hiện nay chủ yếu vẫn xuất khẩu thô, chưa qua chế biến sâu thành sản phẩm có giá trị gia tăng cao, nên giá cả bấp bênh, phụ thuộc hoàn toàn vào biến động giá thế giới. Điều này dẫn đến thu nhập của nhà sản xuất không ổn định, ảnh hưởng đến công tác đánh giá khoản vay cũng như nguồn trả nợ vay cho ngân hàng. Đặc biệt là sự cạnh tranh không lành mạnh giữa sản phẩm an toàn và không an toàn, phần thiệt hại luôn là sản phẩm an toàn do thiếu sự phân định rõ ràng, nghiêm ngặt từ nhiều phía, cả từ các cơ quan quản lý nhà nước đến người tiêu dùng, người sản xuất và doanh nghiệp.
- ***Sản xuất nhỏ lẻ, nhiều lớp thương lái trung gian:*** Mô hình sản xuất vẫn mang tính nhỏ lẻ, rời rạc thiếu sự liên kết giữa các khâu sản xuất và thu mua, chế biến, tiêu thụ nên hầu hết ở các tiểu ngành nông sản - thực phẩm đều tồn tại rất nhiều lớp thương lái trung gian, đồng thời phương thức thanh toán chủ yếu vẫn dùng tiền mặt. Chính vì thế, dòng tiền luân chuyển trong chu kỳ sản xuất cũng như giữa các thành viên tham gia thị trường khó xác định và không ổn định, ngân hàng khó quản lý nên dẫn phải cấp tín dụng dựa trên tài sản đảm bảo là tài sản hữu hình: bất động sản, phương tiện vận chuyển,... chưa mạnh dạn nhận tài sản đảm bảo là khoản phải thu hoặc dòng tiền...

– ***Tài sản giá trị đầu tư lớn nhưng khó định giá và nhận thế chấp:*** Tài sản hình thành từ các dự án trên đất nông nghiệp phục vụ cho chính hoạt động sản xuất nông nghiệp (nhà kính, ao nuôi,...) có giá trị đầu tư lớn nhưng không được cấp giấy chứng nhận quyền sở hữu tài sản trên đất, gây khó khăn cho doanh nghiệp và ngân hàng trong việc định giá và nhận thế chấp tài sản bảo đảm cho khoản vay. Ngoài ra, các loại hình tài sản này (nhà kính, thùng chứa,...) chưa hình thành được thị trường mua bán nên công tác xử lý tài sản đảm bảo cũng xác định khó khăn và rủi ro, dẫn đến tỷ lệ cấp tín dụng trên loại hình tài sản này không cao.

– ***Thiếu mô hình hiệu quả và sự tham gia thị trường của các đơn vị kỹ thuật cao:*** Lĩnh vực cho vay ứng dụng công nghệ cao còn hạn chế do chưa có nhiều mô hình có hiệu quả; chưa hình thành hệ thống dịch vụ phát triển nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao. Việc thiếu liên kết dẫn đến tài trợ nông nghiệp khó khăn do thiếu hẳn các đơn vị tư vấn kỹ thuật đóng vai trò trung gian tư vấn, hỗ trợ kỹ thuật cho người sản xuất để đi đến kiểm soát sản xuất, đảm bảo chất lượng đầu ra, hỗ trợ ngân hàng thẩm định khoản vay

Đối với các ngân hàng thương mại, có 2 mô hình tài trợ chuỗi giá trị nông nghiệp được đánh giá cao hiện nay:

– ***Sản xuất nông nghiệp theo hợp đồng (contract farming):*** doanh nghiệp nông nghiệp ký kết hợp đồng bao tiêu nông sản với nhiều Người sản xuất. Ngân hàng vừa tài trợ doanh nghiệp đầu mối vừa tài trợ trực tiếp Người sản xuất. Ngân hàng và doanh nghiệp đầu mối ký hợp đồng liên kết để quản lý dòng tiền. Đây là mô hình liên kết điển hình trong sản xuất nông nghiệp đang phổ biến tại một số nước lân cận (Thái Lan, Malaysia, Trung Quốc) và ở nước ta hiện nay

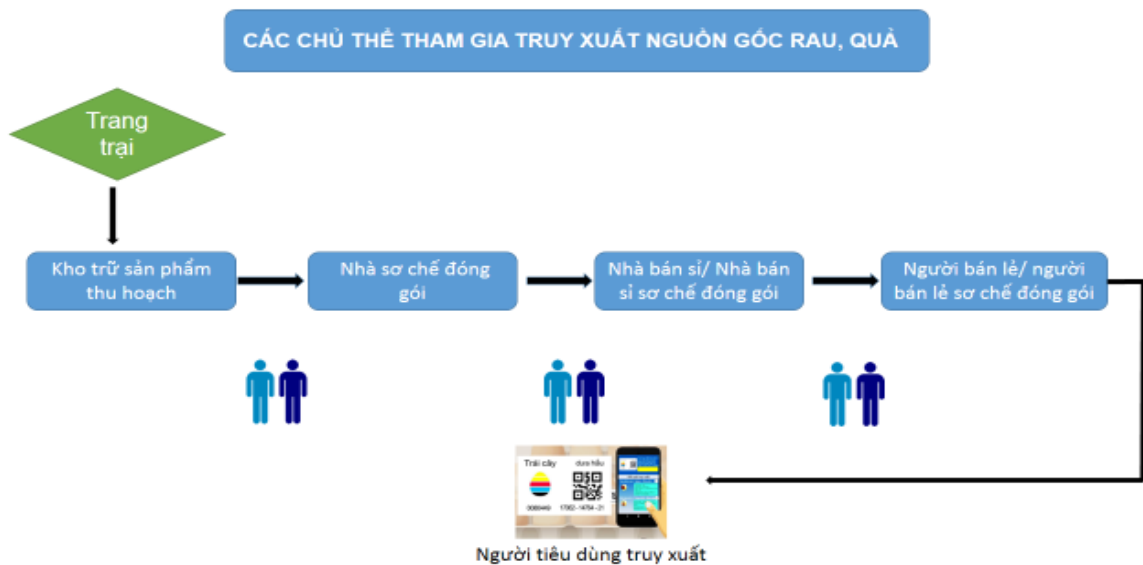
– ***Hợp tác xã nông nghiệp:*** các HTX thành lập theo mô hình chuẩn, giữ vai trò là đầu mối trong chuỗi giá trị. Hình thức này sẽ là xu hướng tất yếu của nền nông nghiệp Việt Nam trong tương lai và đặc biệt đang được tập trung phát triển. Ngân hàng xem xét cấp tín dụng dựa trên việc quản lý nguồn thu từ các hợp đồng đầu ra tiêu thụ nông sản.

Theo báo cáo của VCCI VN tại diễn đàn doanh nghiệp Việt Nam năm 2016, trong lĩnh vực nông nghiệp, hầu hết các doanh nghiệp nông nghiệp đều là doanh nghiệp nhỏ và vừa, trong đó chiếm số lượng lớn là thành phần Hợp tác xã. Số liệu thống kê cho thấy, tính đến tháng 9/2015, DNNVV nói chung chiếm 97,5% trong tổng số doanh nghiệp hiện nay và tạo ra từ 45%-50% khối lượng hàng tiêu dùng và hàng xuất khẩu. DNNVV ngày càng tham gia sâu rộng vào quá trình phát triển kinh tế đất nước, trong đó nếu như năm 2011 đóng góp 20% GDP thì đến năm 2014 đã tăng lên 40% GDP và 30% thu nộp ngân sách, 30% kim ngạch xuất khẩu. Bên cạnh đó, DNNVV còn đóng góp tích cực trong giải quyết việc làm mới hàng năm (hơn 51% lực lượng lao động), tham gia tích cực công tác an sinh xã hội...

#### **4.2.3.8. Việc cung cấp các dịch vụ, công nghệ hỗ trợ phát triển**

Các dịch vụ, công nghệ hỗ trợ phát triển trong lĩnh vực nông nghiệp bao gồm:

- (i) Dịch vụ nông nghiệp hỗ trợ đầu vào sản xuất, như cung cấp vật tư nông nghiệp (giống, phân bón, thuốc bảo vệ thực vật); (ii) Dịch vụ hỗ trợ sản xuất nông nghiệp như dịch vụ về vốn sản xuất nông nghiệp, dịch vụ đào tạo, tư vấn kỹ thuật phát triển sản xuất nông nghiệp an toàn, dịch vụ bảo hiểm sản xuất nông nghiệp; (iii) Dịch vụ hỗ trợ đầu ra sản phẩm nông nghiệp như: Dịch vụ tư vấn xây dựng thương hiệu nông sản, dịch vụ hỗ trợ cho xuất khẩu, dịch vụ tư vấn nhập hàng nông sản, hàng nguyên liệu đầu vào cho sản xuất nông nghiệp; (iv) Dịch vụ truy xuất nguồn gốc rau quả tươi: sử dụng công nghệ blockchain để truy xuất nguồn gốc, đảm bảo tính minh bạch, rõ ràng và tương thích với các hệ thống trên thế giới.



Hình 4.9: Các chủ thể tham gia truy xuất nguồn gốc rau quả

*Nguồn: Tác giả tổng hợp*

Ngoài ra, còn có hệ thống dịch vụ khoa học công nghệ. Hệ thống này có thể phát triển thành các nhóm dịch vụ cơ bản sau:

- Các dịch vụ liên quan đến việc hình thành hàng hóa khoa học và công nghệ: các hoạt động có liên quan đến dịch vụ này bao gồm các dịch vụ liên quan đến bảo hộ sở hữu công nghiệp cho hàng hóa khoa học và công nghệ, có liên quan đến quản trị tài sản sở hữu trí tuệ, bảo hộ quyền tác giả, đăng ký sở hữu trí tuệ, đăng ký bảo hộ nhãn hiệu hàng hóa.

- Các dịch vụ liên quan đến tổ chức chuyển giao và áp dụng khoa học và công nghệ bao gồm các hoạt động như tư vấn, huấn luyện kiến thức, kỹ năng; cung cấp thiết bị máy móc, huấn luyện và đào tạo nhân lực...

- Các dịch vụ liên quan đến phổ biến, quảng bá kiến thức và thành quả khoa học và công nghệ thông qua các cổng thông tin điện tử, các diễn đàn khoa học – công nghệ nông nghiệp, các bản tin định kỳ.

Trong thực tế, các tổ chức dịch vụ tham gia vào chuỗi liên kết rau quả chưa rõ nét. Các tổ chức và hình thức bảo hiểm trong sản xuất – kinh doanh rau quả vừa được ban hành thông qua nghị định 57 ngày 18/4/2018, chưa được triển khai cụ thể trên thực tế. Đây cũng là hạn chế gây tâm lý ngần ngại của các doanh nghiệp và người sản xuất trong đầu tư vào sản xuất – kinh doanh rau quả tươi thời gian qua.

#### **4.2.3.9. Nghiên cứu và cung cấp các ứng dụng công nghệ cao trong sản xuất – kinh doanh rau quả tươi**

*Trong lĩnh vực công nghệ sinh học:* góp phần đẩy nhanh sự phát triển về mặt năng suất và chất lượng cây trồng. Trong lĩnh vực giống cây trồng là việc tạo ra các giống cây trồng biến đổi gene với các đặc tính kháng được thuốc trừ cỏ, kháng sâu bệnh.

*Công nghệ nuôi cấy mô thực vật (Invitro):* Trong nhân giống Công nghệ nuôi cấy mô thực vật *invitro* là phương pháp nhân giống thực vật đã được ứng dụng khá lâu, đã đem lại hiệu quả cao trong nhân giống nhiều loại cây trồng nông nghiệp. Đây là kỹ thuật tiên tiến với các ưu thế vì tính khả thi lớn, có thể công nghiệp hóa cao trong việc nhân giống để có số lượng lớn cây giống với độ đồng đều cao. Trong lĩnh vực cây trồng, người ta đã ứng dụng sinh học phân tử trong việc lập bản đồ gene cho nhiều loại cây trồng, sử dụng kỹ thuật ELISA, PCR trong việc chẩn đoán và giám định bệnh virus cho cây. Cho tới nay, nhiều loại bệnh trên cây trồng đã được giám định và chẩn đoán nhanh nhờ các bộ kit thử. Đối với cây ăn quả, việc sử dụng công nghệ tế bào để tạo giống cây ăn quả không hạt, chất lượng cao thông qua cây nhũ tam bội; sử dụng kỹ thuật vi ghép để tạo nguồn vật liệu ban đầu sạch bệnh phục vụ công tác lai tạo giống; sử dụng phương pháp Bioreactor để nhân sinh khối.

*Công nghệ cao trong canh tác và điều khiển cây trồng:* Công nghệ trồng cây trong nhà kính, nhà màng đã được hoàn thiện với trình độ cao để canh tác rau quả. Các nhà kính với hệ thống điều khiển tự động khá hiện đại được lập trình sẵn trong máy vi tính như: chế độ chiếu sáng, nhiệt độ, tưới nước, bón phân, phun thuốc BVTV... các khâu trong quy trình trồng trọt đều được điều khiển tự động

Công nghệ trồng cây trong dung dịch (thủy canh), khí canh và trên giá thể. Trong đó các kỹ thuật trồng cây thủy canh (Hydroponics) dựa trên cơ sở cung cấp dinh dưỡng qua nước (Fertigation), kỹ thuật khí canh (Aeroponics) – dinh dưỡng được cung cấp cho cây dưới dạng phun sương mù và kỹ thuật trồng cây trên giá thể - dinh dưỡng chủ yếu được cung cấp ở dạng lỏng qua giá thể tro. Kỹ thuật trồng cây trên giá thể (Solid media culture) thực chất là biện pháp cải tiến của công nghệ trồng cây thủy canh. Tất cả các cách này đều được cung cấp dung dịch dinh dưỡng qua hệ thống ống cấp và thu nước tuần hoàn.

*Công nghệ tưới:* Việc sử dụng hệ thống tưới nhỏ giọt có hệ thống điều áp trên những địa hình khác nhau làm cho việc tưới nước trở nên đơn giản và thuận tiện hơn. Thông thường hệ thống tưới nhỏ giọt được gắn với bộ điều khiển lưu lượng và cung cấp phân bón cho từng loại cây trồng, nhờ đó tiết kiệm được nước và phân bón.

Ngoài ra, việc ứng dụng công nghệ thông tin truyền thông (Information and Communicate Technology - ICT) trong nông nghiệp rất đa dạng, phong phú và hiệu quả. Tùy thuộc vào trình độ phát triển sản xuất và trình độ của lực lượng lao động mà những ứng dụng này sẽ được thiết kế cho phù hợp. Các lĩnh vực ứng dụng ICT trong nông nghiệp bao gồm: Ứng dụng ICT để tiếp cận thị trường và chuỗi giá trị, để tiếp cận các dịch vụ tài chính, để quản lý chuỗi cung ứng, để tăng năng suất cây trồng và vật nuôi, để quản lý rủi ro, để quản lý đất đai, để cải thiện tính an toàn sản phẩm và truy xuất nguồn gốc nông sản, để nâng cao năng lực quản lý nông thôn, để cải thiện hệ thống sáng kiến và để hỗ trợ các nông hộ qui mô nhỏ.

#### **4.2.4. Phân tích các mối quan hệ trong chuỗi liên kết**

Mối quan hệ giữa các tác nhân trong chuỗi liên kết cho thấy bản chất của chuỗi, vị trí và vai trò của từng tác nhân trong chuỗi. Các mối quan hệ này bao gồm các quan hệ giữa nông dân và thương lái, giữa thương lái và người bán sỉ tại chợ đầu mối, giữa HTX và nông dân, giữa HTX và công ty trung gian, giữa nông dân và công ty. Cụ thể như sau:

#### 4.2.4.1. Quan hệ giữa nông dân và thương lái

Người nông dân đa phần có qui mô sản xuất nhỏ và vừa đối với rau (1.000-2.000 m<sup>2</sup>) và có diện tích từ 0,5 đến 02 hecta trên một hộ gia đình (trồng cây ăn quả). Hoạt động canh tác chủ yếu là cây Thanh Long (tỉnh Tiền Giang và Long An), dưa (Long An, Tiền Giang), nhãn (Tiền Giang), bưởi (Đồng Nai, Tiền Giang)... Họ là những người vừa trồng trọt vừa là người cung ứng chủ yếu cho thị trường. Khối lượng xuất khẩu chỉ chiếm phần trăm rất nhỏ trong tổng sản lượng. Do hạn chế về nguồn lực và không hiểu biết nhiều về thị trường nên đa phần chỉ lo sản xuất và thương lái quyết định giá cả và thời điểm thu mua. Đa số nông dân đều được thương lái khuyến bảo loại thuốc sử dụng sao cho hình thức sản phẩm bắt mắt hơn trên thị trường và ở một số vùng, thương lái kiêm luôn cả việc cung ứng vật tư, phân bón, giống từ các chợ hoặc đại lý vật tư nông nghiệp cho người sản xuất dưới nhiều hình thức giao hàng và thanh toán rất linh hoạt.

Ban đầu là sự phụ thuộc vào người mua (thương lái – hợp tác xã) và tự phát theo kinh nghiệm trồng trọt, sự hướng dẫn của Trung tâm khuyến nông hoặc sự hướng dẫn của láng giềng, hàng xóm. Trong đó, đóng vai trò quan trọng là sự mô phỏng, bắt chước để học lẫn nhau của những người sản xuất đối với những mô hình thành công ở chung quanh cũng như ở những địa phương khác. Để quyết định chủng loại trồng trọt, nông dân hợp tác, trao đổi trực tiếp lẫn nhau để tìm ra loại giống và đáp ứng nhu cầu khác nhau của khách hàng

Đối với nông dân trồng với quy mô nhỏ thì thường sẽ bán cho các thương lái nhỏ, thương lái nhân sẽ bán ở các chợ lẻ, hay bán lại cho các thương lái lớn. Giá thu mua là do thương lái lớn đưa ra. Thương lái nhỏ thường bán cho thương lái lớn rau quả đẹp, còn lại hàng dạt, hàng xấu thì bán ngay tại chợ địa phương. Thương lái lớn cũng có thể mua rau quả trực tiếp từ nông dân. Đó thường là những nông dân sản xuất với quy mô lớn. Một thương lái có quan hệ mua bán với nhiều thương lái nhỏ và nông dân khác nhau để có thể chủ động được nguồn cung cấp hàng. Giữa thương

lái và nông dân không có ràng buộc với nhau nên thương lái nào trả giá cao hơn thì nông dân bán sản phẩm cho người đó. Tuy nhiên, thói quen mua bán và quan hệ làm ăn lâu dài là hai vấn đề mà nông dân thường lựa chọn ưu tiên để bán cho thương lái. Khác với người nông dân sản xuất rau quả bình thường, nông dân sản xuất rau quả xuất khẩu phải tuân thủ theo một qui trình khá chặt chẽ từ lúc trồng trọt cho đến lúc thu hoạch.

Người thu gom là người buôn nhỏ, thu mua với số lượng ít (khoảng vài trăm kg đến vài tấn một ngày), không có nhiều vốn, lao động, đôi khi đóng vai trò là người cung ứng vật tư, giống, thuốc BVTV cho nông dân. Họ tiến hành thu mua, thu hoạch từ nông dân sau đó bán lại cho người bán lẻ hoặc thương lái lớn.

Thương lái là những người buôn bán với số lượng lớn (trung bình khoảng 10 – 15 tấn /ngày ), có vốn lớn, có thuê nhiều lao động, địa điểm kinh doanh của họ có thể ở trong Chợ đầu mối nông sản hoặc tại cơ sở. Họ vận chuyển rau quả đi các tỉnh thành để giao hàng cho người bán sỉ. Họ thường là đầu mối thu mua, sơ chế rau quả lớn nhất và thường xuyên nhất tại địa phương và cũng là đầu mối cung ứng cho các doanh nghiệp chế biến, xuất khẩu.

Giữa nông dân và thương lái có nhiều cách thức trả tiền, tùy thuộc vào việc nông dân bán non hay bán mả:

- **Bán non:** Thường là vào những lúc hút hàng (vào mùa xuất khẩu) hoặc nghịch mùa, trên thị trường khan hiếm rau quả, thương lái sẽ hợp đồng miệng với nông dân để mua cả vườn. Hình thức mua là thương lái sẽ ứng trước cho nông dân 30%, 50% hoặc có khi 100% tiền mặt (tùy theo uy tín của người nông dân) trên tổng giá trị của cả vườn. Hợp đồng thường được thực hiện trước thu hoạch 15-30 ngày. Chi phí vận chuyển, thu hoạch và toàn bộ các chi phí phát sinh khác do thương lái chịu. Nếu nông dân phá vỡ hợp đồng thì phải bồi thường toàn bộ tiền. Nếu thương lái không thu mua đúng ngày và đúng theo hợp đồng thì nông dân có quyền bán cho người khác và lấy luôn tiền cọc.

- **Bán mảo:** Thường vào lúc rau quả quá nhiều trên thị trường (cung vượt quá cầu), thương lái sẽ mua rau quả của nông dân ngay tại vườn và trả tiền ngay tại thời điểm thu hoạch, phương thức thanh toán là trả bằng tiền mặt trong một lần. Không có hợp đồng giữa nông dân và thương lái. Vào những thời điểm như thế dễ xảy ra tình trạng thương lái ép giá nông dân, buộc nông dân phải bán với giá rất thấp vì đã sát thời điểm thu hoạch, không thể giữ lại lâu được. Chính vì vậy nhiều khi nông dân phải tự thu hoạch và vận chuyển đến cho thương lái để được mua với giá cao hơn.

**Chia sẻ thông tin:** Thương lái sẽ giúp nông dân biết được thông tin thị trường, khi thấy có nhiều thương lái đến mua hàng với giá cao thì nông dân biết đang hút hàng (cầu vượt cung) và có quyền lựa chọn thương lái nào trả giá cao nhất để bán.

**Chia sẻ rủi ro:** Ở hình thức bán non, mặc dù chỉ hợp đồng miệng với nông dân nhưng thương lái phải đặt trước tiền cọc cho nông dân. Thương lái đã gánh phần rủi ro về thị trường cho nông dân: Dù giá rau quả có xuống thấp thì thương lái vẫn phải mua rau quả cho nông dân với mức giá đã thỏa thuận trước. Bên cạnh đó nông dân cũng phải chia sẻ rủi ro với thương lái, đó là không bán cho người khác dù trả giá cao hơn và tiếp tục chăm sóc rau quả cho đến lúc thu hoạch.

Mối quan hệ giữa thương lái và người bán sỉ tại chợ đầu mối:

Giữa thương lái với người bán sỉ tại chợ đầu mối thường có mối quan hệ lâu dài, làm ăn dựa vào uy tín, mỗi vựa thường có vài thương lái cung cấp hàng thường xuyên, ngược lại một thương lái cũng có thể bỏ hàng cho nhiều người bán sỉ khác nhau. Vì mối quan hệ làm ăn lâu dài nên khi rau quả dư thừa, người bán sỉ vẫn phải nhận hàng, thương lái vẫn chuyển hàng xuống dù với số lượng ít hơn. Trong trường hợp này thường người bán sỉ sẽ ép giá thương lái.

**Cách thức trả tiền:** Thanh toán theo phương thức gởi đầu, người bán sỉ sẽ nhận hàng vào hôm nay và trả tiền cho thương lái từ hôm trước: Khi hàng khan

hiếm vào đêm hôm trước, người bán sỉ sẽ báo cho thương lái, hai bên thỏa thuận giá cả và người bán sỉ sẽ gửi tiền cho thương lái (thông qua lái xe, qua chuyển phát nhanh hay cũng có khi thương lái đi cùng hàng để trực tiếp giao dịch, nhận tiền hàng cho chuyển hàng sau). Khi nhận được tiền, thương lái gửi hàng đến.

Thường thì người bán sỉ không đưa trước toàn bộ tiền mà chỉ đưa một phần. Và mức giá này có thể thay đổi khi người bán sỉ nhận hàng, (chủ yếu là giá giảm do người bán sỉ coi hàng và ép giá)

**Chia sẻ thông tin:** Khi thị trường khan hiếm hàng, thương lái sẽ nắm được thông tin này từ người bán sỉ và chủ động tìm kiếm nguồn hàng từ nông dân (đặt cọc trước với nông dân) thu được lợi nhuận cao. Ngược lại khi thị trường dư thừa, giá rau quả xuống thấp, thương lái cũng được thông báo, họ ép giá nông dân, mua ít hơn. Vì vậy thương lái thường là lời ít hay nhiều, hoặc cùng lắm là hòa vốn chứ họ không bao giờ bị lỗ.

**Chia sẻ rủi ro:** Người bán sỉ ứng trước tiền cho thương lái để họ thu mua rau quả từ người thu gom hoặc nông dân. Những lúc rau quả quá nhiều, người bán sỉ vẫn phải nhận hàng từ thương lái, sau đó nếu bán không được thì đổ bỏ, chịu lỗ. Qua đó người bán sỉ đã chia sẻ rủi ro cùng thương lái để giữ uy tín.

#### **4.2.4.2. Mối quan hệ giữa Hợp tác xã và Thương lái**

Đây là khâu quan trọng nhất trong chuỗi cung ứng rau quả. Các tổ hợp tác sản xuất hoặc các HTX sản xuất – kinh doanh rau quả tại các địa phương ngoài chức năng tổ chức sản xuất còn giữ luôn vai trò thương lái trong thu mua và thương mại sản phẩm của xã viên.

Các thương lái, HTX có địa điểm sơ chế, dán bao bì, có xe tải vận chuyển, có văn phòng giao dịch riêng, cùng với một lực lượng nhân công đông đảo.

**Quy mô hoạt động:** Nhìn chung quy mô hoạt động của các HTX rau quả nhỏ hơn so với các công ty rau quả, do chỉ hoạt động trong khu vực của mình và công tác tiếp thị, khách hàng ít hơn. Các hợp tác xã tiêu thụ bình quân 15 – 25 tấn/tháng.

Các công ty kinh doanh rau quả có quy mô lớn hơn nhiều. Lượng tiêu thụ rau quả đa dạng hơn vì có thể thu mua từ nhiều khu vực khác nhau trên địa bàn.

**Phương thức thu mua:** Thương lái thường thu mua từ nông dân trên cùng khu vực (mua quanh năm). Theo đơn đặt hàng của nơi tiêu thụ, họ hợp đồng lại với người sản xuất bằng cam kết đặt hàng (ràng buộc bằng tín chấp, sổ theo dõi, không cần thủ tục) về chủng loại, số lượng; riêng giá cả phụ thuộc vào biến động của thị trường. Sau đó thu mua và cung ứng cho các đơn vị đặt hàng.

Các công ty thường giao dịch với nhóm nông dân hoặc HTX, có điểm tập kết và công ty tự chuyên chở về điểm sơ chế. Công ty thu mua ở dạng nguyên cây, nguyên trái và tự sơ chế theo yêu cầu của khách hàng. HTX thì thu mua tại điểm sơ chế của mình. Nông dân tự mang đến và hàng đã tự sơ chế.

**Hợp đồng:** Như trên đã đề cập, hợp đồng của thương lái khi thu mua thường bằng miệng hoặc cam kết bằng giấy cho cả năm. Tuy nhiên hợp đồng cung cấp rau quả giữa thương lái và khách hàng thì trừ trường hợp cung cấp nhỏ lẻ cho các bếp ăn, nhà trẻ, phần lớn các cung cấp có sản lượng lớn, hợp tác xã và công ty rau quả đều có hợp đồng bằng giấy với các khách hàng. Nội dung các hợp đồng thường có ghi các điều khoản chung như sau: (1) Trách nhiệm về an toàn thực phẩm nếu có ngộ độc thực phẩm do rau quả, người bán chịu trách nhiệm, (2) Chất lượng hàng hoá tốt, không hại sức khoẻ, không mang bệnh cho người tiêu dùng, (3) Chỉ định rõ ràng các quy cách về sản phẩm, đóng gói, (4) Giá cả được cố định trong một khoảng thời gian, nếu có thay đổi sẽ báo giá lại sau chu kỳ đó, (5) Thời gian đặt hàng, giao hàng, phương tiện vận chuyển sạch sẽ, (6) Các chứng từ, hoá đơn giao hàng, (7) Thanh toán thường từ 10 đến 15 ngày.

#### 4.2.4.3. **Mối quan hệ giữa HTX và nông dân**

Giữa HTX và nông dân có mối quan hệ làm ăn từ lâu, có uy tín với nhau. Nông dân của HTX phải đảm bảo thực hiện đúng các quy trình sản xuất do HTX đưa ra và có sự kiểm tra giám sát của HTX. Đảm bảo được các yêu cầu của HTX thì nông dân mới tiếp tục được thực hiện các hợp đồng sản xuất.

**Cách thức thanh toán giữa nông dân và HTX:** Sau khi HTX nhận tiền của công ty sẽ trả hết 100% tiền cho nông dân (bằng tiền mặt, khoảng 10 ngày), trong trường hợp công ty phá hợp đồng thì HTX sẽ dùng số tiền đặt cọc của công ty ứng trước đó (khoảng 30 % hợp đồng) trả cho nông dân.

Khi nông dân đăng ký trồng rau quả với HTX, HTX sẽ cử người đi kiểm tra, đối chiếu thực tế vườn, sau đó ký hợp đồng. Cùng thời điểm ký hợp đồng, HTX sẽ giúp nông dân lên lịch trồng, đưa ra mức đầu tư, và đặt cây giống. Sau đó HTX sẽ cung cấp phân và quy trình sản xuất cho nông dân, cùng thời điểm này nông dân nhận cây giống và tiến hành trồng. Trong quá trình trồng, HTX tiếp tục theo dõi, giám sát nông dân sản xuất đúng theo quy trình sản xuất. Đến thời điểm thu hoạch HTX sẽ thu mua theo mức giá thỏa thuận trước với nông dân.

**Chia sẻ thông tin:** HTX hỗ trợ nông dân về kỹ thuật sản xuất, cử người theo dõi, giám sát việc bón phân, thuốc, thu hoạch. Hỗ trợ nông dân trong chọn giống, hỗ trợ vật tư. Trong quá trình sản xuất thì cung cấp trước cho nông dân thời gian thu hoạch

**Chia sẻ rủi ro:** HTX ký hợp đồng thu mua cho nông dân theo giá định trước, như vậy đã gánh chịu rủi ro trong việc giải quyết đầu ra cho nông dân. Nông dân thì sản xuất đúng với quy trình của HTX đưa ra và chịu trách nhiệm về quy cách, chất lượng sản phẩm cũng như thời gian giao hàng cho HTX. Từ đó nông dân đã chia sẻ rủi ro với HTX trong việc đảm bảo đơn đặt hàng với đối tác.

#### 4.2.4.4. **Mối quan hệ giữa HTX và công ty trung gian**

**Mối quan hệ mua bán:** Giữa công ty và HTX có mối quan hệ làm ăn lâu dài với nhau, khi nhận được hợp đồng của đối tác nước ngoài, công ty sẽ ký hợp đồng với HTX quy định về số lượng, tiêu chuẩn sản phẩm và cách thức giao hàng.

**Cách thức mua bán, thanh toán:** Công ty sẽ ứng trước cho HTX từ 10% đến 30 % hợp đồng (bằng cách mở L/C bảo lãnh giá trị hợp đồng này tại ngân hàng thông qua công chứng nhà nước). Ngoài số tiền đặt cọc trên, khi công ty nhận được container rau quả nào thì sẽ trả tiền container đó (giao hàng tại kho của HTX)

#### **4.2.4.5. Mối quan hệ giữa nông dân và công ty**

Công ty ký hợp đồng với nhiều nông dân khác nhau tại địa bàn để đảm bảo đủ lượng hàng (ký hợp đồng thường thông qua hội nông dân). Nếu nông dân đó làm ăn hiệu quả và đáp ứng được đúng tiến độ của công ty thì sẽ được lựa chọn để ký tiếp các hợp đồng sau. Về phía nông dân, được trả giá ổn định hơn so với thị trường và được hỗ trợ về giống, kỹ thuật nên tiếp tục sản xuất cho công ty. Chính vì vậy giữa công ty và nông dân hình thành nên mối quan hệ làm ăn mua bán lâu dài với nhau.

**Cách thức trả tiền:** Công ty sẽ trả hết tiền cho nông dân sau 3 - 7 ngày kể từ ngày thu hoạch rau quả của nông dân (đưa sổ bằng tiền mặt).

**Hợp đồng giữa công ty và nông dân:** Trong hợp đồng quy định các điều khoản sau: (1) Giống, số lượng giống và địa điểm sản xuất (thông thường, giống sẽ do công ty cung cấp cho nông dân). Thời gian gieo trồng, thời gian xuống giống của nông dân và thời điểm giao thành phẩm cho công ty, quy định về việc đền bù nếu nông dân không giao đúng hạn; (2) Số lượng và chất lượng sản phẩm, giá cả và phương thức thanh toán. Thu hoạch và vận chuyển rau quả do phía công ty chịu trách nhiệm; (3) Thỏa thuận về việc cử người giám sát, theo dõi quá trình sản xuất; (4) Ngoài ra, 2 bên còn thỏa thuận các điều khoản về quyền và nghĩa vụ của mỗi bên, khi xảy ra tranh chấp, phá vỡ hợp đồng.

**Chia sẻ thông tin:** Thông qua hợp đồng, cũng như lúc cử chuyên viên theo dõi, giám sát, công ty đã chia sẻ kỹ thuật, cách thức và quy cách gieo trồng, chăm sóc với nông dân, hỗ trợ giống cho nông dân. Nông dân sẽ được tiếp cận với những kỹ thuật sản xuất tiên tiến, những giống rau quả mới cho năng suất cao hơn, ổn định hơn, được thị trường chấp nhận.

**Chia sẻ rủi ro:** Thông qua hợp đồng đã ký, hai bên đều phải cố gắng và có sự ràng buộc lẫn nhau để chia sẻ bớt rủi ro. Về phía công ty, đảm bảo thu hoạch đúng giá đã thỏa thuận. Về phía nông dân thì đảm bảo sản xuất đúng theo yêu cầu của công ty, giao hàng đúng quy định, không được bán rau quả ra ngoài.

#### **4.2.5. Hiệu quả và sơ đồ chuỗi liên kết rau quả tươi xuất khẩu**

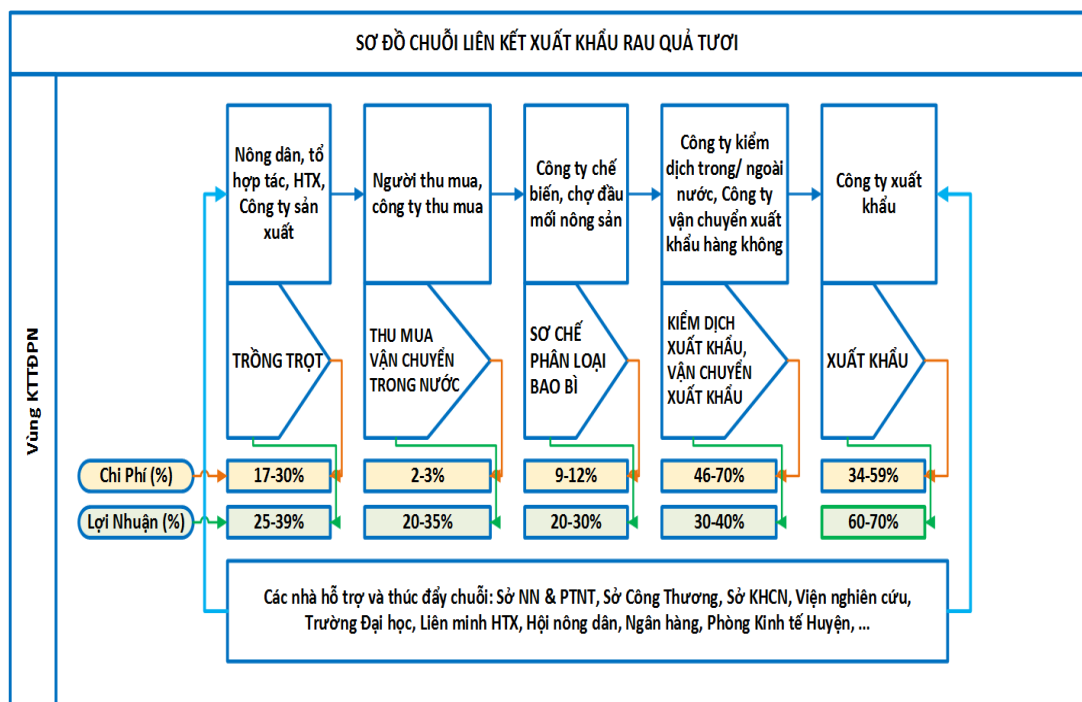
Theo kết quả phỏng vấn sâu các thành viên của HTX, cách tính chi phí hình thành giá bán theo cấp sản xuất, phân phối được quy định như sau:

- Giá thành sản xuất tại vườn của 1 loại rau quả nào đó (tại trang trại, HTX) – giá đã bao gồm công thu hoạch - gọi là X.
- Lợi nhuận cho người sản xuất: % trên X – gọi là Y.
- Giá giao hàng tại vườn (tại trang trại, HTX) là:  $Z = X + Y$  (tính cho đơn hàng <1000 kg/ lần).
- Lợi nhuận của người thu mua cấp 1 tại khu vực địa phương (HTX, thương lái ở tại khu vực) là +10% Z hoặc khoán chi phí tối đa là 1.000 đồng/kg (tính cho đơn hàng <1000 kg/ lần).
- Lợi nhuận của sơ chế, đóng gói là +10% Z hoặc khoán chi phí tối đa là 2.000 đồng/kg (tính cho đơn hàng <1000 kg/ lần).
- Chi phí vận chuyển: +10% Z hoặc khoán chi phí tối đa là 1.000 đồng/kg trong phạm vi 1 địa phương (tính cho đơn hàng <1000 kg/ lần).
- Chi phí cho bộ phận điều hành, giám sát, xử lý chuỗi cung ứng: +10% Z hoặc khoán chi phí tối đa là 1.000 đồng/kg (tính cho đơn hàng <1000 kg/ lần).

- Lợi nhuận của người bán đầu mỗi cấp 2 tại địa phương (người tổng hợp các nguồn hàng từ các khu vực khác – tổng kho nhận hàng): +10% Z hoặc khoản chi phí tối đa là 1.000 đồng/kg (tính cho đơn hàng <1000 kg/ lần).
- Chi phí hao hụt, hư hỏng dọc đường do giao nhận: +10% Z hoặc khoản chi phí tối đa là 2.000 đồng/kg (tính cho đơn hàng <1000 kg/ lần).
- Chi phí linh tinh khác: +10% Z hoặc khoản chi phí tối đa là 1.000 đồng/kg (tính cho đơn hàng <1000 kg/ lần).

Vậy giá từ nhà sản xuất (Z) để tay công ty xuất khẩu thông thường sẽ qua 7 cấp (tối thiểu: +70% Z).

Căn cứ vào cách tính như trên, ta có sơ đồ chuỗi liên kết xuất khẩu rau quả tươi như sau:



Hình 4.10: Sơ đồ chuỗi liên kết rau quả tươi xuất khẩu Vùng KTTĐPN

*Nguồn: Tác giả tổng hợp*

Tham khảo bảng tính toán chi phí và hiệu quả xuất khẩu thanh long bằng đường hàng không sang các nước EU như là một ví dụ minh họa cho thấy:

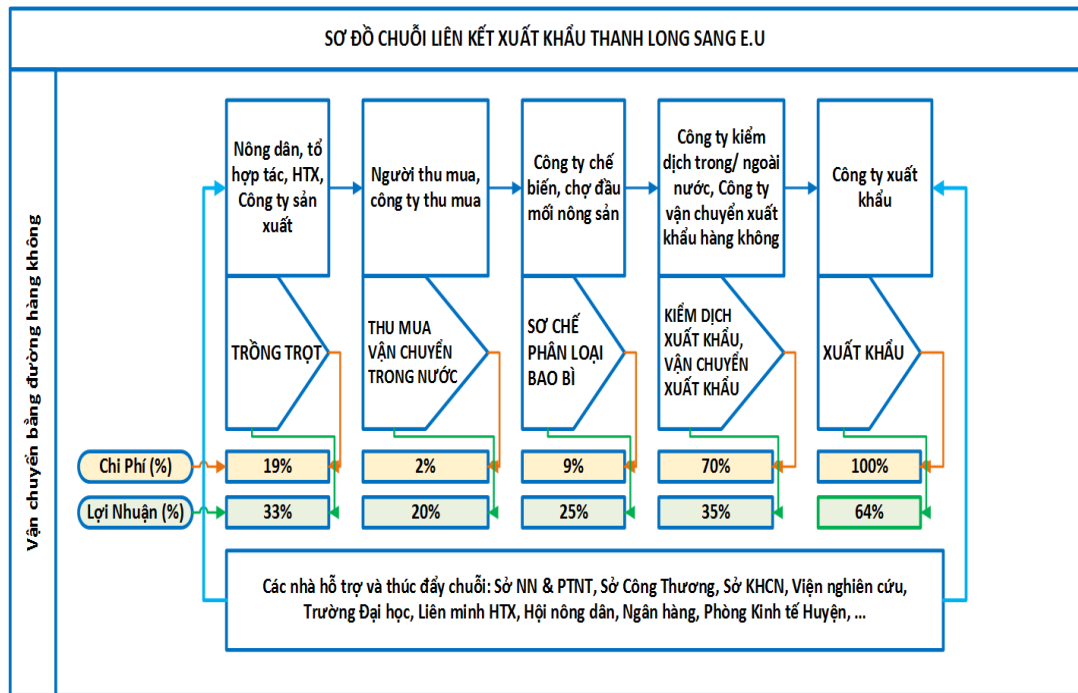
Bảng 4.7: Hiệu quả xuất khẩu thanh long bằng đường hàng không sang Hà Lan

| TT | Nội dung                              | ĐVT | Đơn giá<br>(USD) | Tỉ trọng<br>trong<br>Giá<br>thành<br>XK<br>(%) | Giá trị<br>tích lũy<br>(USD) | Giá trị<br>gia tăng<br>(USD) |
|----|---------------------------------------|-----|------------------|------------------------------------------------|------------------------------|------------------------------|
| 1  | Chi phí sản xuất                      | kg  | 0.60             |                                                |                              |                              |
| 2  | Giá bán tại trang trại                | kg  | 0.80             | 19                                             | 0.80                         | 0.20                         |
| 3  | Chi phí vận chuyển nội địa            | kg  | 0.10             | 2                                              | 0.90                         | 0.30                         |
| 4  | Chi phí sơ chế, phân loại, đóng gói   | kg  | 0.37             | 9                                              | 1.27                         | 0.67                         |
| 5  | Chi phí kiểm dịch                     | kg  | 0.33             | 8                                              | 1.60                         | 1.00                         |
| 6  | Chi phí vận chuyển bằng máy bay       | kg  | 3.00             | 70                                             | 4.27                         | 3.67                         |
| 7  | Giá thành xuất khẩu (2+3+4+5+6)       | kg  | 4.27             | 1                                              |                              | 4.27                         |
| 8  | Giá bán cho nhà nhập khẩu EU          | kg  | 7.00             | 61                                             |                              |                              |
| 9  | Lợi nhuận (7-6)                       | kg  | 2.73             | 64                                             |                              |                              |
| 10 | Tỷ suất Lợi nhuận/ giá thành XK (8/6) | %   | 0.64             |                                                |                              |                              |
| 11 | Tỷ suất Lợi nhuận/doanh thu XK (8/6)  | %   | 0.39             |                                                |                              |                              |

*Nguồn: Tác giả tổng hợp*

Khi tính giá trị gia tăng, nguyên tắc trọng tâm là lấy chi phí đầu ra gộp – bao gồm chi phí nguyên liệu, chi phí khấu hao thiết bị, chi phí lao động, chi phí tiện ích và lợi nhuận - rồi trừ tổng chi phí đầu vào (nguyên liệu, vật tư và dịch vụ mua vào). Bảng 4.7 cho thấy Người sản xuất thanh long xuất khẩu đạt lợi nhuận 0,2 USD/ kg, tỷ trọng chi phí sản xuất chiếm trong giá thành xuất khẩu khoảng 19% và đạt tỷ suất lợi nhuận là 33%. Người thu mua vận chuyển nội địa chỉ đóng góp 0,1 USD/ kg giá trị gia tăng của thanh long, chiếm 2% trong giá thành xuất khẩu với tỷ suất lợi nhuận khoảng 20%. Người sơ chế, phân loại, đóng gói đóng góp khoảng 0,37 USD/kg giá trị gia tăng của thanh long, chiếm 9% trong giá thành xuất khẩu với tỷ suất lợi nhuận khoảng 25%. Chi phí vận chuyển bằng đường hàng không

khoảng 3 USD/kg, chiếm tỷ trọng rất cao trong giá thành xuất khẩu (70%) với tỷ suất lợi nhuận khoảng 35%. Công ty xuất khẩu đạt lợi nhuận 2,73 USD/ kg, với tỷ suất lợi nhuận trên giá thành xuất khẩu đạt 64% và tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu xuất khẩu đạt 39%. Điều này cho thấy trong chuỗi này, công ty xuất khẩu đạt lợi nhuận cao nhất. Sơ đồ chuỗi liên kết thanh long xuất khẩu được biểu diễn như sau:



Hình 4.11: Sơ đồ chuỗi liên kết thanh long xuất khẩu bằng đường hàng không sang EU

*Nguồn: Tác giả tổng hợp*

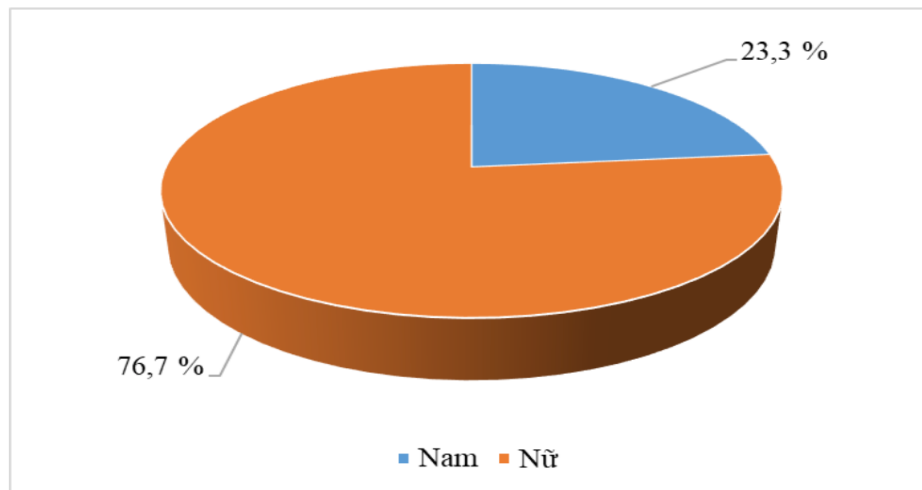
Sơ đồ cho thấy nhà xuất khẩu đạt tỷ suất lợi nhuận cao nhất (64%), kế đến là công ty vận chuyển xuất khẩu bằng đường hàng không (35%), người sản xuất đạt tỷ suất lợi nhuận khoảng 33%, người sơ chế, phân loại, đóng gói đạt tỷ suất lợi nhuận khoảng 25% và người thu mua, vận chuyển nội địa đạt tỷ suất lợi nhuận khoảng 20%. Để giảm chi phí vận chuyển hàng không, tăng sức cạnh tranh cho trái cây xuất khẩu, việc ổn định về tần suất xuất hàng trên một thị trường và sản lượng xuất khẩu đủ lớn sẽ tạo khả năng đàm phán với hãng hàng không về cước phí vận chuyển.

### 4.3. Phân tích các yếu tố tác động đến hiệu quả kinh doanh chuỗi liên kết rau quả tươi xuất khẩu Vùng KTTĐPN

#### 4.3.1. Thống kê mô tả mẫu khảo sát

##### 4.3.1.1. Đặc điểm người trả lời

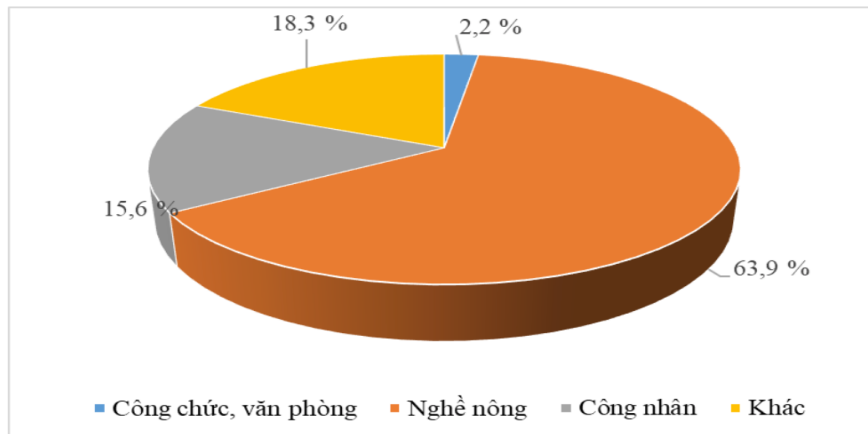
Về giới tính, có 42 nữ chiếm 23,3% đang trực tiếp sản xuất hoặc điều hành doanh nghiệp, HTX. Còn chiếm đa số là nam giới, với 138 người chiếm tỷ lệ là 76,6%). Điều này cho thấy trong sản xuất – kinh doanh rau quả tươi, nam giới vẫn chiếm vai trò chủ yếu.



Hình 4.12: Cơ cấu mẫu khảo sát theo giới tính

*Nguồn: Tác giả tính toán*

Về thu nhập chính của gia đình, đa số sống bằng nghề nông (115 người, chiếm 63,9%), kể đến là nghề khác, trong đó chủ yếu là dịch vụ thu mua, kinh doanh xuất nhập khẩu rau quả chiếm 18,3% với 33 người, còn lại có 28 người chiếm 15,6% sống chủ yếu bằng thu nhập của công nhân, chủ yếu là các khu vực gần các khu công nghiệp ở Bình Dương, Đồng Nai...thu nhập từ việc sản xuất rau quả là thu nhập bổ sung; chỉ có 4 người chiếm 2,2% có thu nhập chủ yếu bằng nghề công chức, văn phòng và sản xuất rau quả cũng là tận dụng thời gian để gia tăng thu nhập.



Hình 4.13: Cơ cấu mẫu khảo sát theo ngành nghề

*Nguồn: Tác giả tính toán*

Bảng 4.8: Tuổi đời, trình độ học vấn, kinh nghiệm và qui mô lao động chủ doanh nghiệp, hợp tác xã

|                                                  | ĐVT  | Nhỏ nhất | Lớn nhất | Trung bình | Độ lệch chuẩn |
|--------------------------------------------------|------|----------|----------|------------|---------------|
| Tuổi                                             | Tuổi | 32,00    | 72,00    | 48,62      | 7,24          |
| Số năm kinh nghiệm sản xuất/ kinh doanh rau, quả | Năm  | 2,00     | 40,00    | 11,52      | 7,24          |
| Trình độ học vấn/ chuyên môn                     | Năm  | 9,00     | 21,00    | 13,56      | 2,77          |

*Nguồn: Tác giả tính toán*

Ngoài ra, đặc điểm tuổi đời chủ doanh nghiệp, hợp tác xã biến động từ 32 đến 72 tuổi, với tuổi trung bình là 48,62. Số năm kinh nghiệm sản xuất/ kinh doanh rau quả: thấp nhất là 2 năm, còn cao nhất là 40 năm với số năm trung bình là 11,52 năm. Trình độ học vấn/ chuyên môn: thấp nhất là trung học cơ sở (9 năm) và cao nhất là Tiến sĩ (21 năm), trung bình là 13,56 năm, tức qua trình độ trung học phổ thông (12 năm).

#### 4.3.1.2. Đặc điểm sản xuất

Bảng 4.9: Cơ cấu nông sản tại cơ sở sản xuất

| STT | Loại nông sản | Số lựa chọn | Phần trăm theo tổng số trả lời | Phần trăm theo tổng số cơ sở sản xuất |
|-----|---------------|-------------|--------------------------------|---------------------------------------|
|-----|---------------|-------------|--------------------------------|---------------------------------------|

|                  |                |               |               |       |
|------------------|----------------|---------------|---------------|-------|
| 1                | Rau ăn lá      | 84,00         | 29,27         | 46,67 |
| 2                | Rau ăn quả, củ | 107,00        | 37,28         | 59,44 |
| 3                | Trái cây       | 64,00         | 22,30         | 35,56 |
| 4                | Nấm ăn         | 28,00         | 9,76          | 15,56 |
| 5                | Khác           | 4,00          | 1,39          | 2,22  |
| <b>Tổng cộng</b> |                | <b>287,00</b> | <b>100,00</b> |       |

(Nguồn: Tác giả tính toán)

Về cơ cấu nông sản: đa số trồng rau ăn củ, quả (107 lựa chọn, chiếm 37,3%), kể đến là rau ăn lá, trái cây, nấm và 1 số loại cây khác; phần lớn sản xuất từ 2 – 3 chủng loại kết hợp như rau ăn lá – rau ăn củ, quả; rau ăn củ, quả kết hợp cây ăn trái; rau ăn lá - nấm – rau ăn củ, quả... Việc kết hợp này có ý nghĩa trong việc đa dạng hóa rủi ro, đáp ứng yêu cầu của thị trường và tận dụng phương thức xen canh, luân canh trong tổ chức sản xuất. Đối với cây ăn trái xuất khẩu, đa số trồng bưởi, cam (Đồng Nai, Tiền Giang), chôm chôm (Đồng Nai), nhãn (Bà Rịa – Vũng Tàu), xoài (Tiền Giang, Bình Dương, Bình Phước), thanh long (Long An, Tiền Giang)... Còn đối với rau ăn củ, quả xuất khẩu, đa số trồng ớt cay, cà tím, khổ qua, dưa leo... phổ biến các địa phương Vùng KTTĐPN. Còn đối với nấm ăn, chủ yếu sản xuất nấm bào ngư, nấm rơm, nấm mèo... Tuy nhiên, sản lượng nấm xuất khẩu khá ít do nhu cầu thị trường trong nước vẫn còn cao và diện tích trồng nấm còn hạn chế. Riêng rau ăn lá xuất khẩu, đa số trồng rau gia vị, bắp cải, mồng tơi, rau dền, rau muống...

Bảng 4.10. Cơ cấu diện tích đất trồng

| Đặc điểm             | DVT | Trung bình | Độ lệch chuẩn | Nhỏ nhất | Lớn nhất |
|----------------------|-----|------------|---------------|----------|----------|
| Diện tích rau ăn lá  | Ha  | 6,28       | 20,88         | 0,10     | 180,00   |
| Diện tích cây ăn quả | Ha  | 8,11       | 25,20         | 0,05     | 200,00   |
| Diện tích trái cây   | Ha  | 68,78      | 163,26        | 0,05     | 1000,00  |
| Diện tích nấm ăn     | Ha  | 1,82       | 2,81          | 0,05     | 10,00    |

Nguồn: Tác giả tính toán

Về cơ cấu diện tích đất trồng: Diện tích cây ăn trái có qui mô bình quân lớn nhất (68,78 ha), kể đến là rau ăn củ quả, rau ăn lá và nấm. Điều này cũng phù hợp với việc đánh giá về qui mô chủng loại và hiệu quả đối với từng loại cây trồng. Cây

ăn trái vẫn đang là lựa chọn ưu tiên trong sản xuất rau quả tươi xuất khẩu. Còn trong sản xuất rau, rau ăn củ quả vẫn được lựa chọn để sản xuất – kinh doanh nhiều hơn rau ăn lá so điều kiện bảo quản dễ hơn và bản chất đặc điểm sinh học của sản phẩm rau ăn củ quả tương đối đơn giản, dễ xử lý hơn rau ăn lá.

Bảng 4.11: Cơ cấu doanh thu

| Đặc điểm             | ĐVT | Trung bình | Độ lệch chuẩn | Nhỏ nhất | Lớn nhất   |
|----------------------|-----|------------|---------------|----------|------------|
| Doanh thu rau ăn lá  | Ha  | 1.880,62   | 10.005,48     | 25,00    | 90.000,00  |
| Doanh thu Cây ăn quả | Ha  | 1.943,25   | 8.881,53      | 10,00    | 80.000,00  |
| Doanh thu Trái cây   | Ha  | 11.896,80  | 44.458,04     | 30,00    | 318.000,00 |
| Doanh thu Nấm ăn     | Ha  | 1.671,14   | 3.129,64      | 8,00     | 12.000,00  |
| Doanh thu cây Khác   | Ha  | 14.650,00  | 16.904,41     | 200,00   | 42.500,00  |

*Nguồn: Tác giả tính toán*

*Về cơ cấu doanh thu:* Doanh thu từ trái cây là cao nhất, phần lớn là do qui mô diện tích lớn, bình quân 66,77 ha. Điều này cũng phù hợp với qui mô cần thiết đáp ứng nhu cầu xuất khẩu. Còn diện tích và doanh thu từ nấm có vị trí thấp nhất so với cây ăn trái, rau ăn lá và rau ăn củ, quả. Rau ăn quả vẫn là lựa chọn nhiều nhất để sản xuất. Điều này cũng tương đối phù hợp vì rau ăn củ, quả có thể bảo quản lâu hơn, được người tiêu dùng mua nhiều và có thể chế biến đa dạng hơn rau ăn lá.

Bảng 4.12: Phương thức thu hoạch

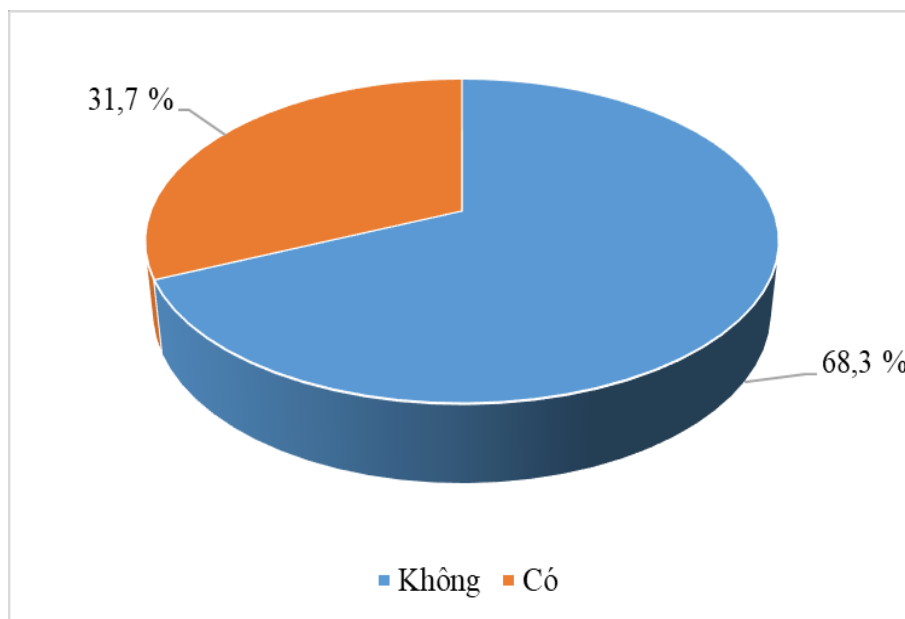
| STT              | Loại nông sản                    | Số trả lời | Phần trăm theo tổng số trả lời | Phần trăm theo tổng số cơ sở sản xuất |
|------------------|----------------------------------|------------|--------------------------------|---------------------------------------|
| 1                | Sử dụng máy móc, thiết bị hỗ trợ | 13         | 6,84                           | 7,26                                  |
| 2                | Bằng tay                         | 177        | 93,16                          | 98,88                                 |
| <b>Tổng cộng</b> |                                  | <b>190</b> | <b>100,00</b>                  | <b>106,15</b>                         |

*Nguồn: Tác giả tính toán*

*Về phương thức thu hoạch:* Số liệu quan sát cho thấy việc sử dụng máy móc, thiết bị trong thu hoạch chỉ chiếm 6,8%, còn lại đa số (93,2%) thu hoạch bằng tay. Điều này cho thấy mức độ cơ giới hóa trong sản xuất nông nghiệp, đặc biệt là khâu

thu hoạch vẫn còn khá hạn chế. Mặt khác, điều này cũng có thể ngụ ý cho thấy công lao động trong nông nghiệp hiện nay vẫn còn thấp, nên đa số vẫn ưa chuộng sử dụng lao động tay chân trong khâu thu hoạch thay cho máy móc vì sẽ hiệu quả hơn do tiết kiệm chi phí.

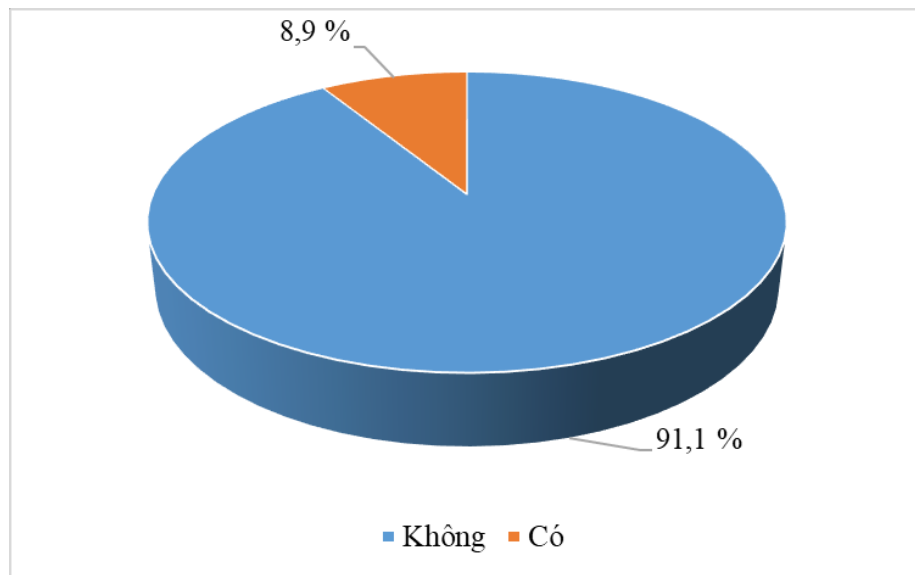
*Về vay vốn ưu đãi:* Có 57 trường hợp có vay vốn ưu đãi từ chính phủ hoặc địa phương (chiếm 31,7%), số còn lại (123 trường hợp) không có vay vốn ưu đãi, chiếm 68,3%.



Hình 4.14: Cơ cấu mẫu khảo sát có vay vốn ưu đãi

*Nguồn: Tác giả tính toán*

*Về khả năng trả lại hàng xuất khẩu:* Có 16 trường hợp bị trả lại hàng xuất khẩu do không đạt yêu cầu, chiếm 8,9%, đa số chỉ bị 1 lần trong năm. Còn lại, đa số chưa bị trả lại hàng xuất khẩu (164 trường hợp, chiếm 91,1%) cho thấy việc sản xuất rau quả xuất khẩu cũng đã dần đáp ứng được các tiêu chuẩn về chất lượng và mẫu mã, bao bì đối với nhà nhập khẩu.



Hình 4.15: Cơ cấu mẫu khảo sát có vay vốn ưu đãi

*Nguồn: Tác giả tính toán*

#### 4.3.1.3. Đặc điểm quá trình sản xuất

Bảng 4.12: Nguồn gốc giống dùng trong sản xuất

| STT | Nguồn gốc giống trong sản xuất | Số trả lời | Phần trăm theo tổng số trả lời | Phần trăm theo tổng số cơ sở sản xuất |
|-----|--------------------------------|------------|--------------------------------|---------------------------------------|
| 1   | Tự để giống                    | 35         | 13,90                          | 19,40                                 |
| 2   | Mua giống tại địa phương       | 92         | 36,70                          | 51,10                                 |
| 3   | Mua giống từ các công ty       | 77         | 30,70                          | 42,80                                 |
| 4   | Từ đơn vị bao tiêu sản phẩm    | 11         | 4,40                           | 6,10                                  |
| 5   | Giống nuôi cấy mô              | 9          | 3,60                           | 5,00                                  |
| 6   | Mua cây giống                  | 27         | 10,80                          | 15,00                                 |
|     | <b>Tổng cộng</b>               | <b>251</b> | <b>100,00</b>                  | <b>139,40</b>                         |

*Nguồn: Tác giả tính toán*

Về nguồn gốc giống dùng trong sản xuất: Đa số mua giống tại địa phương do HTX hoặc thương lái cung cấp (92 trường hợp, chiếm 36,7%), sau đó đến mua giống từ các công ty chiếm 30,7% (77 trường hợp), tự để giống chiếm 13,9% với 35 trường hợp, còn mua cây giống tức không phải trải qua quá trình ươm hạt giống chiếm 10,8% (27 trường hợp), còn từ đơn vị bao tiêu sản phẩm chiếm 4,4% (11 trường hợp) cũng như lấy giống nuôi cấy mô chỉ chiếm 3,6% (9 trường hợp). Đa số

các trường hợp sử dụng cả giống từ các công ty và từ đơn vị bao tiêu trong canh tác nhà màng bán tự động, có sử dụng tưới nhỏ giọt hoặc tưới phun.

Bảng 4.13: Đặc điểm kỹ thuật trong sản xuất

| STT      | Đặc điểm                                         | Số trả lời | Phần trăm theo tổng số trả lời | Phần trăm theo tổng số cơ sở sản xuất |
|----------|--------------------------------------------------|------------|--------------------------------|---------------------------------------|
| <b>A</b> | <b>Biện pháp Sơ chế, bảo quản trong sản xuất</b> |            |                                |                                       |
| 1        | Rửa bằng tay                                     | 131        | 45,00                          | 72,80                                 |
| 2        | Rửa bằng máy                                     | 43         | 14,80                          | 23,90                                 |
| 3        | Đóng gói                                         | 89         | 30,60                          | 49,40                                 |
| 4        | Đóng gói, hút chân không                         | 28         | 9,60                           | 15,60                                 |
|          | <b>Tổng cộng</b>                                 | <b>291</b> | <b>100,00</b>                  | <b>161,70</b>                         |
| <b>B</b> | <b>Sử dụng Nhà màng/ Nhà lưới trong sản xuất</b> |            |                                |                                       |
| 1        | Không dùng Nhà màng/ lưới                        | 90         | 43,50                          | 50,00                                 |
| 2        | Nhà màng/lưới đơn giản                           | 91         | 44,00                          | 50,60                                 |
| 3        | Nhà màng bán tự động                             | 26         | 12,60                          | 14,40                                 |
|          | <b>Tổng cộng</b>                                 | <b>207</b> | <b>100,00</b>                  | <b>115,00</b>                         |
| <b>C</b> | <b>Biện pháp tưới trong sản xuất</b>             |            |                                |                                       |
| 1        | Tưới tràn                                        | 41         | 13,10                          | 22,80                                 |
| 2        | Tưới rãnh                                        | 91         | 29,00                          | 50,60                                 |
| 3        | Tưới phun                                        | 156        | 49,70                          | 86,70                                 |
| 4        | Tưới nhỏ giọt                                    | 26         | 8,30                           | 14,40                                 |
|          | <b>Tổng cộng</b>                                 | <b>314</b> | <b>100,00</b>                  | <b>174,40</b>                         |

*Nguồn: Tác giả tính toán*

*Về biện pháp sơ chế, bảo quản trong sản xuất:* Rửa bằng máy trong sơ chế, sau thu hoạch thường đi đôi với đóng gói, hút chân không tức ứng dụng hệ thống xử lý, sơ chế trong các doanh nghiệp là chính, còn đối với các nông hộ và một số HTX thì thường rửa bằng tay kết hợp với hệ thống đóng gói. Ngoài ra, đối với trường hợp nông dân sản xuất trái cây, đa số chỉ đóng gói đơn thuần.

*Về sử dụng Nhà màng/ Nhà lưới trong sản xuất:* Tỷ lệ sử dụng nhà màng bán tự động chiếm khoảng 12,6% (26 trường hợp), trong đó sử dụng trong sản xuất rau ăn lá là chủ yếu. Còn đối với cây ăn trái thì chủ yếu trồng ngoài trời, tức không sử dụng nhà màng, nhà lưới chiếm 43%, thông thường các hộ, HTX hoặc doanh nghiệp sản xuất trái cây với quy mô diện tích tương đối lớn, canh tác trong nhà màng không phù hợp. Còn nhà màng, nhà lưới đơn giản thường phổ biến trong các hộ sản xuất quy mô nhỏ hoặc sản xuất rau ăn củ, quả.

*Về biện pháp tưới trong sản xuất:* Đa số các mẫu quan sát sử dụng biện pháp tưới phun (156 trường hợp, 49.7%), kể đến là tưới rãnh, tưới tràn và tưới nhỏ giọt. Do phương pháp tưới nhỏ giọt đòi hỏi vốn đầu tư ban đầu cao hơn các trường hợp khác nên chưa được phổ biến lắm. Mặt khác nguồn nước giếng khoan của khu vực Vùng KTTĐPN có chất lượng tương đối tốt, phù hợp với rau quả lại tiết kiệm chi phí nên được người sản xuất ưu tiên sử dụng. Một số trường hợp tận dụng được nguồn nước từ kênh Đông, từ hồ Dầu Tiếng nên sử dụng nguồn nước trực tiếp từ các nguồn này cũng khá phổ biến. Tuy nhiên, cũng phát sinh một số lo ngại về chất lượng nguồn nước này nếu phần thượng nguồn bị một số nhiễm bẩn thuốc BVTV do súc rửa bình thuốc BVTV, do ý thức kém của một số người sản xuất gây ra, có thể ảnh hưởng đến chất lượng sản phẩm rau quả.

#### 4.3.1.4. Đặc điểm đầu ra sản xuất

Bảng 4.14: Đơn vị thu mua và thị trường xuất khẩu

| STT      | Đặc điểm                    | Số trả lời | Phần trăm theo tổng số trả lời | Phần trăm theo tổng số cơ sở sản xuất |
|----------|-----------------------------|------------|--------------------------------|---------------------------------------|
| <b>A</b> | <b>Thu mua</b>              |            |                                |                                       |
| 1        | Hợp tác xã                  | 56         | 13,80                          | 31,10                                 |
| 2        | Công ty chế biến            | 66         | 16,20                          | 36,70                                 |
| 3        | Thương lái                  | 122        | 30,00                          | 67,80                                 |
| 4        | Siêu thị                    | 53         | 13,00                          | 29,40                                 |
| 5        | Chợ bán sỉ                  | 34         | 8,40                           | 18,90                                 |
| 6        | Chợ bán lẻ                  | 24         | 5,90                           | 13,30                                 |
| 7        | Xuất khẩu                   | 52         | 12,80                          | 28,90                                 |
|          | <b>Tổng cộng</b>            | <b>407</b> | <b>100,00</b>                  | <b>226,10</b>                         |
| <b>B</b> | <b>Thị trường xuất khẩu</b> |            |                                |                                       |
| 1        | Châu Âu                     | 109        | 38,70                          | 62,30                                 |
| 2        | Châu Mỹ                     | 11         | 3,90                           | 6,30                                  |
| 3        | Châu Á                      | 162        | 57,40                          | 92,60                                 |
|          | <b>Tổng cộng</b>            | <b>282</b> | <b>100,00</b>                  | <b>161,10</b>                         |

*Nguồn: Tác giả tính toán*

*Về đơn vị thu mua:* các kênh bán hàng thường bao gồm các sự kết hợp như bán cho cả kênh HTX – thương lái, bán cho công ty chế biến – chợ bán sỉ - siêu thị, bán cho siêu thị - chợ bán sỉ - thương lái...chứ ít có các mẫu quan sát chỉ bán cho một kênh duy nhất, ngoài trừ các nông hộ là xã viên HTX có qui mô sản xuất tương

đôi nhỏ, sản lượng cung cấp hạn chế. Trong đó, chủ yếu vẫn bán cho thương lái, kể đến là bán cho các công ty chế biến, siêu thị, rồi lần lượt đến xuất khẩu, chợ bán sỉ, chợ bán lẻ. Điều này cho thấy vai trò của thương lái trong chuỗi phân phối vẫn chiếm vị trí quan trọng. Cung cấp cho các siêu thị (53 trường hợp với 13%) cũng đang trở thành điểm bán hàng quan trọng của các nông hộ, HTX. Phần đông các HTX đều có phân phối hàng trong siêu thị.

*Về thị trường xuất khẩu:* Đa số rau quả xuất khẩu sang thị trường châu Á (162 trường hợp, chiếm 57,45%), kể đến là châu Âu (38,7%) và châu Mỹ (11 trường hợp 3,9%). Điều này cho thấy sức mua của thị trường châu Á khá tốt, tuy nhiên sự dễ dãi tương đối về chất lượng, tiêu chuẩn rau quả tươi nhập khẩu của thị trường này cũng như giá cả tương đối thấp hơn so với các thị trường EU, Hoa Kỳ cho thấy chất lượng và tiêu chuẩn của rau quả tươi của Vùng KTTĐPN vẫn còn chưa thật sự chưa đáp ứng đủ tiêu chuẩn để có thể xâm nhập nhiều hơn vào các thị trường khó tính nhưng có giá trị gia tăng cao.

Một số chủng loại và thị trường cụ thể cho rau quả xuất khẩu có thể thấy như: Bắp trái tươi, bông cải xanh, cải bắp, cải thảo tươi, củ gừng tươi, củ hành đỏ tươi, củ hành tây tươi, củ khoai lang tươi, củ khoai môn tươi, củ nghệ tươi, ớt tươi, quả bưởi tươi, quả chanh tươi, quả chôm chôm tươi, quả chuối tươi, quả đu đủ tươi, quả dứa tươi gọt vỏ, quả măng cầu xiêm tươi, quả măng cụt tươi, quả mít tươi, quả nhãn tươi, quả ổi tươi, quả sầu riêng tươi, quả thanh long tươi, quả vải tươi, quả xoài tươi, rong nho tươi...; Thị trường xuất khẩu gồm: Taiwan, Tajikistan, Trung Quốc, Thái Lan, Bangladesh, Brazil, Nhật Bản, Hàn Quốc, Hồng Kong, Mỹ, Russia, Canada, Italy, Ấn Độ, Australia, Singapo, Đức, Poland, Pháp, Hà Lan, Thụy Sĩ, Bahrain, Maldives, Oman, Các tiểu vương quốc Ả rập thống nhất, Malaysia, Afghanistan, Iran, United Kingdom, Cộng hòa Séc, Nam Phi...

Bảng 4.15: Doanh thu theo từng loại cây trồng

| DVT | Trung bình | Độ lệch chuẩn | Nhỏ nhất | Lớn nhất |
|-----|------------|---------------|----------|----------|
|-----|------------|---------------|----------|----------|

|                      |            |           |           |        |            |
|----------------------|------------|-----------|-----------|--------|------------|
| Doanh thu rau ăn lá  | Triệu đồng | 1.880,62  | 10.005,48 | 25,00  | 90.000,00  |
| Doanh thu rau ăn quả | Triệu đồng | 1.943,25  | 8.881,53  | 10,00  | 80.000,00  |
| Doanh thu Trái cây   | Triệu đồng | 11.896,80 | 44.458,04 | 30,00  | 318.000,00 |
| Doanh thu Nấm ăn     | Triệu đồng | 1.671,14  | 3.129,65  | 8,00   | 12.000,00  |
| Doanh thu cây Khác   | Triệu đồng | 14.650,00 | 16.904,41 | 200,00 | 42.500,00  |

*Nguồn: Tác giả tính toán*

*Về doanh thu:* Doanh thu từ cây ăn trái đạt cao nhất do qui mô diện tích và qui mô lao động hơn hẳn các hình thức còn lại. Tuy nhiên, do đặc điểm của các trang trại hoặc vườn cây ăn trái, mỗi năm chỉ thu hoạch từ 1-2 vụ, hơn nữa chi phí đầu tư lớn cũng như thường hay trồng mới xen kẽ nên khi thu hoạch năng suất tính bình quân trên tổng diện tích canh tác sẽ không cho thấy rõ được hiệu quả sản xuất kinh doanh, mà đúng ra, chỉ nên tính doanh thu đối với sản lượng trên diện tích thu hoạch, chứ không tính cả diện tích canh tác. Còn doanh thu rau ăn củ, quả cao hơn so với doanh thu từ rau ăn lá, tuy nhiên chênh lệch không nhiều, cho thấy sức mua của rau ăn lá vẫn khá tốt so với sức mua của rau ăn củ, quả. Còn nấm ăn có doanh thu thấp do diện tích trồng cũng còn khá hạn chế, một phần nữa là do thị trường và giá cả nấm chưa ổn định nên người sản xuất vẫn chưa mạnh dạn đầu tư sản xuất nấm. Doanh thu này sẽ được cải thiện nếu có hệ thống thông tin thị trường nông sản cung cấp đầy đủ và kịp thời các thông tin về tình hình sản xuất, giá cả và thời tiết để các nhà sản xuất – kinh doanh rau quả tươi có đầy đủ thông tin để quyết định về chủng loại, thời vụ và địa điểm sản xuất, tiêu thụ nhằm đạt được hiệu quả cao nhất.

#### 4.3.2. Kiểm định khác biệt nhóm

##### 4.3.2.1. Mối quan hệ giữa tuổi và diện tích canh tác

Bảng 4.16: Mối quan hệ giữa tuổi và diện tích canh tác

| Kiểm định ANOVA        |               | Diện tích đất trồng hoặc vùng nguyên liệu trồng rau, quả (ha) |               |          |          | Giá trị p |
|------------------------|---------------|---------------------------------------------------------------|---------------|----------|----------|-----------|
|                        |               | Trung bình                                                    | Độ lệch chuẩn | Nhỏ nhất | Lớn nhất |           |
| Tuổi chủ hộ, chủ doanh | Dưới 40 tuổi  | 1,28                                                          | 2,37          | 0,12     | 8,00     | 0,007     |
|                        | Từ 41-50 tuổi | 16,05                                                         | 52,68         | 0,12     | 327,00   |           |
|                        | Từ 51-60 tuổi | 82,07                                                         | 215,36        | 0,20     | 1200,00  |           |

|                          |               |       |        |      |       |
|--------------------------|---------------|-------|--------|------|-------|
| nghiep,<br>hợp tác<br>xã | Từ 61 trở lên | 14,07 | 22,85. | 0,25 | 70,00 |
|--------------------------|---------------|-------|--------|------|-------|

*Nguồn: Tác giả tính toán*

Với mức ý nghĩa 5%, kết quả kiểm định cho thấy, qui mô diện tích canh tác có khác biệt giữa nhóm tuổi (giá trị  $p = 0,007$ ). Theo kết quả, nhóm tuổi có qui mô diện tích đạt cao nhất là 51 – 60 với qui mô bình quân là 82,07 ha, thấp nhất là 0,2 ha và cao nhất là 1.200 ha. Kế đến là nhóm trên 70 tuổi với qui mô diện tích là 50 ha với 1 quan sát. Còn nhóm thứ 3 là nhóm tuổi từ 41 – 50 với qui mô bình quân là 16,05 ha, thấp nhất là 0,12 ha và cao nhất là 327 ha. Nhóm tuổi có qui mô sản xuất thấp nhất là dưới 40 với qui mô bình quân là 1,28 ha, thấp nhất là 0,12 ha và cao nhất là 8 ha.

#### 4.3.2.2. Mối quan hệ giữa tỷ lệ đất đạt tiêu chuẩn và lợi nhuận

Bảng 4.17: Mối quan hệ giữa tỷ lệ đất đạt tiêu chuẩn và lợi nhuận

| Kiểm định ANOVA                                                    |          | Lợi nhuận trước thuế / năm trong 2016 (triệu đồng) |               |          |          | Giá trị p |
|--------------------------------------------------------------------|----------|----------------------------------------------------|---------------|----------|----------|-----------|
|                                                                    |          | Trung bình                                         | Độ lệch chuẩn | Nhỏ nhất | Lớn nhất |           |
| Tỷ lệ diện tích đất sản xuất đạt tiêu chuẩn thực hành sản xuất tốt | 0%-20%   | 942,42                                             | 2504,05       | 0,00     | 15500,00 | 0,021     |
|                                                                    | 21%-40%  | 89,75                                              | 252,98        | 0,00     | 2000,00  |           |
|                                                                    | 41%-60%  | 1242,30                                            | 3089,05       | 18,00    | 10000,00 |           |
|                                                                    | 61%-80%  | 812,00                                             | 548,71        | 424,00   | 1200,00  |           |
|                                                                    | 81%-100% | 665,00                                             | 919,04        | 0,00     | 3000,00  |           |

*Nguồn: Tác giả tính toán*

Với mức ý nghĩa 5%, kết quả kiểm định cho thấy, lợi nhuận có khác biệt giữa nhóm tỷ lệ đất đạt tiêu chuẩn (giá trị  $p = 0,021$ ). Khi đó, tỷ lệ đạt càng cao thì lợi nhuận càng cao, tuy nhiên mức tối hạn cao nhất là từ 41% – 60%, nhóm 61 – 80%, còn đối với nhóm đạt tỷ lệ từ 81% - 100% có lợi nhuận thấp hơn, điều này có thể do chi phí duy trì ở quy mô diện tích lớn hơn sẽ cao và tỷ lệ loại bỏ rau quả không đạt tiêu chuẩn theo quy định sẽ cao hơn khi tỷ lệ diện tích canh tác đạt tiêu chuẩn từ 61 - 89% nên đã ảnh hưởng đến lợi nhuận. Điều này cho thấy cần đẩy mạnh ứng dụng công nghệ sau thu hoạch để giảm tỷ lệ rau quả bị loại bỏ, gia tăng giá trị sản phẩm,

cũng như tăng cường đào tạo, tập huấn các kỹ năng sản xuất an toàn để tăng nhận thức về thực hành sản xuất tốt trong nông nghiệp để giảm chi phí duy trì.

#### 4.3.2.3. Mối quan hệ giữa qui mô lao động và diện tích canh tác

Bảng 4.18: Mối quan hệ giữa qui mô lao động và diện tích canh tác

| Kiểm định ANOVA |                   | Diện tích đất trồng<br>hoặc vùng nguyên liệu trồng rau, quả (ha) |               |          |          | Giá trị p |
|-----------------|-------------------|------------------------------------------------------------------|---------------|----------|----------|-----------|
|                 |                   | Trung bình                                                       | Độ lệch chuẩn | Nhỏ nhất | Lớn nhất |           |
| Qui mô lao động | Dưới 10 lao động  | 2,52                                                             | 6,14          | 0,12     | 50,00    | 0,000     |
|                 | Từ 10-30 lao động | 19,54                                                            | 23,41         | 0,60     | 120,00   |           |
|                 | Trên 30 lao động  | 286,73                                                           | 309,86        | 2,00     | 1200,00  |           |

*Nguồn: Tác giả tính toán*

Với mức ý nghĩa 5%, kết quả kiểm định cho thấy, diện tích canh tác có khác biệt giữa nhóm lao động theo qui mô (giá trị  $p = 0,000$ ). Bên cạnh đó, giữa diện tích đất trồng hoặc vùng nguyên liệu có mối tương quan đồng biến với số lao động, thể hiện rất rõ theo 3 nhóm số lượng người từ 1 – 10, từ 10 – 30 và trên 30, tức qui mô càng lớn càng sử dụng nhiều lao động, mức độ thâm dụng lao động trong sản xuất – kinh doanh rau quả tươi vẫn là phổ biến.

#### 4.3.2.4. Mối quan hệ giữa qui mô lao động và lợi nhuận

Bảng 4.19: Mối quan hệ giữa qui mô lao động và lợi nhuận

| Kiểm định ANOVA |                   | Lợi nhuận trước thuế / năm trong 2016 (triệu đồng) |               |          |           | Giá trị p |
|-----------------|-------------------|----------------------------------------------------|---------------|----------|-----------|-----------|
|                 |                   | Trung bình                                         | Độ lệch chuẩn | Nhỏ nhất | Lớn nhất  |           |
| Qui mô lao động | Dưới 10 lao động  | 81,00                                              | 154,00        | 0,00     | 1.000,00  | 0,000     |
|                 | Từ 10-30 lao động | 443,00                                             | 572,00        | 0,00     | 3.000,00  |           |
|                 | Trên 30 lao động  | 3.949,00                                           | 4.569,00      | 50,00    | 15.500,00 |           |

*Nguồn: Tác giả tính toán*

Với mức ý nghĩa 5%, kết quả kiểm định cho thấy, lợi nhuận có khác biệt giữa nhóm lao động theo qui mô (giá trị  $p = 0,000$ ). Chỉ tiêu lợi nhuận cũng đồng biến với số lượng thành viên hoặc số nhân viên trong doanh nghiệp, qui mô lao động càng cao thì lợi nhuận càng lớn. Điều này khá phổ biến trong nông nghiệp, đó là số lượng lao động vẫn đóng vai trò quan trọng trong hiệu quả hoạt động sản xuất –

kinh doanh nói chung cũng như cho chỉ tiêu lợi nhuận nói riêng. Tuy nhiên, với tình trạng đô thị hóa và nhất là tình trạng khan hiếm lao động nông nghiệp tại một số địa phương có tốc độ đô thị hóa nhanh như TP HCM, Bình Dương, Đồng Nai... Vấn đề ứng dụng cơ giới hóa trong nông nghiệp ở qui mô hộ gia đình cần được quan tâm để thay thế cho lực lượng lao động phổ thông.

#### 4.3.2.5. Mối quan hệ giữa hình thức cơ sở sản xuất và diện tích canh tác

Bảng 4.20: Mối quan hệ giữa hình thức cơ sở sản xuất và diện tích canh tác

| Kiểm định ANOVA |              | Diện tích đất trồng hoặc vùng nguyên liệu trồng rau, quả (ha) |               |          |          | Giá trị p |
|-----------------|--------------|---------------------------------------------------------------|---------------|----------|----------|-----------|
|                 |              | Trung bình                                                    | Độ lệch chuẩn | Nhỏ nhất | Lớn nhất |           |
| Cơ sở sản xuất  | Hộ gia đình  | 2,84                                                          | 8,98          | 0,12     | 70,00    | 0,000     |
|                 | Hợp tác xã   | 15,09                                                         | 14,72         | 0,12     | 60,00    |           |
|                 | Doanh nghiệp | 137,28                                                        | 249,23        | 0,40     | 1200,00  |           |
|                 | Tổ hợp tác   | 6,50                                                          | 4,95          | 3,00     | 10,00    |           |

*Nguồn: Tác giả tính toán*

Với mức ý nghĩa 5%, kết quả kiểm định cho thấy, diện tích canh tác có khác biệt theo các hình thức cơ sở sản xuất (giá trị  $p = 0,000$ ). Quy mô canh tác lớn nhất là doanh nghiệp (bình quân 137,28 ha), kế đến là HTX (15,09 ha), tổ hợp tác (6,5 ha) và thấp nhất là hộ gia đình (2,84 ha). Điều này cho thấy các doanh nghiệp đã có ý thức tạo vùng nguyên liệu để chủ động cho việc cung ứng rau quả một cách ổn định, đảm bảo chất lượng và sự chủ động trong kinh doanh. Còn quy mô hộ gia đình của các tỉnh vùng KTTĐPN khá cao do vẫn chưa phân định rõ hình thức trang trại và nông hộ cá thể, nên thông thường các trang trại thuộc miền Đông nam bộ (Bình Dương, Bình Phước, Tây Ninh...) có quy mô khá lớn, đã làm bình quân quy mô của hộ gia đình tăng đáng kể. Điều này cũng phù hợp với việc phân tích về hiệu quả và nhu cầu hợp tác theo chuỗi liên kết ngang, thành lập các HTX nông nghiệp kiểu mới.

#### 4.3.2.6. Mối quan hệ giữa cơ sở sản xuất và doanh thu

Bảng 4.21: Mối quan hệ giữa cơ sở sản xuất và doanh thu

| Kiểm định ANOVA |              | Doanh thu 2016 (triệu đồng) |               |          |            | Giá trị p |
|-----------------|--------------|-----------------------------|---------------|----------|------------|-----------|
|                 |              | Trung bình                  | Độ lệch chuẩn | Nhỏ nhất | Lớn nhất   |           |
| Cơ sở sản xuất  | Hộ gia đình  | 509,00                      | 1.278,00      | 40,00    | 7.000,00   | 0,003     |
|                 | Hợp tác xã   | 4.052,00                    | 9.157,00      | 50,00    | 52.200,00  |           |
|                 | Doanh nghiệp | 29.635,00                   | 89.031,00     | 12,00    | 500.000,00 |           |
|                 | Tổ hợp tác   | 1.650,00                    | 1.202,00      | 800,00   | 2.500,00   |           |

*Nguồn: Tác giả tính toán*

Với mức ý nghĩa 5%, kết quả kiểm định cho thấy, doanh thu có khác biệt theo các hình thức cơ sở sản xuất (giá trị  $p = 0,003$ ). Doanh thu cũng thể hiện rõ theo hình thức cơ sở sản xuất – kinh doanh với thứ hạng cao nhất là doanh nghiệp, kế đến là HTX, tổ hợp tác và cuối cùng là nông hộ. Điều này cũng phù hợp với điều kiện thực tế hiện nay, tuy nhiên, phần nào cũng cho thấy tính hiệu quả và sản phẩm độc đáo mang lại giá trị gia tăng cao hoặc mang tính “độc, lạ” chưa được quan tâm nhiều vì trên thực tế, có những hộ gia đình chỉ có quy mô diện tích tương đối nhỏ nhưng sản xuất những sản phẩm độc đáo, giá trị cao vẫn mang lại doanh thu và lợi nhuận rất lớn như trồng các loại rau quả nhập nội, trái cây đặc sản...

#### 4.3.2.7. Mối quan hệ giữa cơ sở sản xuất và lợi nhuận

Bảng 4.22: Mối quan hệ giữa cơ sở sản xuất và lợi nhuận

| Kiểm định ANOVA |              | Lợi nhuận trước thuế / năm trong 2016 (triệu đồng) |               |          |           | Giá trị p |
|-----------------|--------------|----------------------------------------------------|---------------|----------|-----------|-----------|
|                 |              | Trung bình                                         | Độ lệch chuẩn | Nhỏ nhất | Lớn nhất  |           |
| Cơ sở sản xuất  | Hộ gia đình  | 77,00                                              | 165,00        | 0,00     | 1.000,00  | 0,000     |
|                 | Hợp tác xã   | 234,00                                             | 289,00        | 0,00     | 1.200,00  |           |
|                 | Doanh nghiệp | 2.101,00                                           | 3.529,00      | 0,00     | 15.500,00 |           |
|                 | Tổ hợp tác   | 180,00                                             | 170,00        | 60,00    | 300,00    |           |

*Nguồn: Tác giả tính toán*

Với mức ý nghĩa 5%, kết quả kiểm định cho thấy, lợi nhuận có khác biệt theo các hình thức cơ sở sản xuất (giá trị  $p = 0,003$ ). Lợi nhuận bình quân trước thuế/năm 2016 của doanh nghiệp cao nhất là 2.101,00 triệu đồng, tuy nhiên dải biến động cũng khá cao, từ 0 triệu đồng đến 15.500,00 triệu đồng, kể đến là HTX với mức bình quân là 234,00 triệu đồng, với giá trị thấp nhất là 0 triệu đồng và cao nhất là 1.200,00 triệu đồng, tổ hợp tác có mức bình quân là 180,00 triệu đồng với mức biến động tương đối thấp giữa lợi nhuận tối thiểu là 60,00 triệu đồng so với mức tối đa là 300,00 triệu đồng và cuối cùng là hộ gia đình với mức bình quân chỉ đạt 77,00 triệu đồng. Điều này cho thấy mô hình doanh nghiệp rau quả mang lại hiệu quả tài chính khá tốt. Kể đến, mô hình HTX vẫn là lựa chọn tốt cho các hộ nông dân so với sản xuất cá thể. Điều này cũng hoàn toàn tương thích với nhận định về hiệu quả của liên kết ngang như hình thức HTX và tính chuyên nghiệp trong sản xuất – kinh doanh của hình thức doanh nghiệp.

#### **4.3.3. Các thuận lợi và khó khăn**

Qua khảo sát tình hình thực tế, các bất cập kéo dài đối với tình hình sản xuất rau quả tươi ở vùng KTTĐPN trong thời gian qua có thể thấy:

- Hiện tượng “được mùa, rớt giá” hầu như năm nào cũng xảy ra, nhất là đối với mặt hàng trái cây.
- Các hộ nông dân thường xuyên bị thiếu vốn mặc dù đã có chính sách hỗ trợ của nhà nước ở cấp trung ương cũng như ở cấp địa phương như Quyết định 210/CP/2013 của Chính phủ về khuyến khích đầu tư vào nông nghiệp, nông thôn; Quyết định.
- Thu nhập của nông dân thấp hơn nhiều so với lao động ở ngành công nghiệp và dịch vụ. Nông nghiệp chiếm khoảng 47% lao động nhưng chỉ đóng góp 19% vào tổng sản phẩm nội địa, năng suất lao động nông nghiệp bằng 40,4% năng suất lao động bình quân cả nước, trong khi đó năng suất lao động công nghiệp – dịch vụ bằng 152,8% năng suất lao động bình quân cả nước, tức là năng suất lao động

hay giá trị gia tăng bình quân của một nông dân tạo ra chỉ bằng 26.4% giá trị gia tăng bình quân của lao động trong ngành công nghiệp và dịch vụ tạo ra.

- Xuất khẩu rau quả tươi không ổn định về giá cả và số lượng, bị động trong tiêu thụ.
- Cơ cấu hỗ trợ đào tạo, nghiên cứu và phát triển... vẫn còn mang tính hình thức, chưa thiết thực, hiệu quả, chưa sát với nhu cầu của người sản xuất, doanh nghiệp...
- Chất lượng và an toàn thực phẩm chưa được chú ý đầy đủ, vẫn còn tình trạng sử dụng thuốc BVTV hoặc phân bón chưa đúng cách hoặc không có trong danh mục cho phép.
- Các sản phẩm rau quả của Việt Nam lại thường không được tiêu thụ dưới nhãn mác của Việt Nam mà thông qua các thương hiệu của các quốc gia trung gian khác như Singapore, Trung Quốc, Hồng Kông...
- Thời gian và công sức để đàm phán thành công các chủng loại, mặt hàng rau quả tươi vào thị trường xuất khẩu các quốc gia có giá trị cao như Hoa Kỳ, EU, Nhật Bản...là khá dài. Ví dụ: quả vải thiều cũng như trái vú sữa Việt Nam phải mất gần 10 năm để vào thị trường Hoa Kỳ, trái thanh long mất 9 năm để vào thị trường Úc... do có nhiều quy định không đáp ứng được yêu cầu của thị trường nước nhập khẩu.
- Một ngành đóng góp tới gần 20% GDP của cả nước, nhưng số doanh nghiệp lại chiếm chưa đầy 1% số doanh nghiệp hoạt động trong lĩnh vực này. Kinh doanh trong lĩnh vực nông nghiệp chủ yếu vẫn là kinh doanh hộ gia đình. Quy mô doanh nghiệp càng nhỏ thì tỷ lệ thua lỗ càng cao. Khi quy mô nhỏ thì khả năng tham gia chuỗi càng hạn chế. Ngoài nguyên nhân về công nghệ thì quy mô doanh nghiệp siêu nhỏ cũng là một điểm yếu của nền nông nghiệp nước ta.
- Vấn đề bảo quản chất lượng sản phẩm trở thành vấn đề rất quan trọng khi xuất khẩu rau quả tươi. Ngoài ra, đầu tư cho công nghệ sau thu hoạch còn nhằm làm tăng giá trị gia tăng của rau quả. Do hạn chế về kho tồn trữ, bảo quản hàng nên mọi việc sơ chế, đóng gói, vận chuyển phải được làm nhanh, làm hết, làm cả ban

đem để có thể chuyển hàng đến cho khách. Ngoài ra cơ sở vật chất cho các điểm sơ chế, đóng gói, bảo quản vẫn còn khá đơn sơ, ngoại trừ một số công ty lớn có chứng nhận HACCP hoặc BRC. Nhu cầu về việc nâng cấp các cơ sở sơ chế, đóng gói, tập kết hàng hoá là khá bức thiết. Đó cũng là phương pháp giữ cho sản phẩm an toàn, đạt chuẩn xuất khẩu.

– Việc xuất khẩu sản phẩm rau quả sẽ đạt được hiệu quả tài chính tốt nếu xuất bằng đường biển vì xuất bằng đường hàng không, cước phí sẽ rất cao như phần trên đã trình bày (chém 70% chi phí xuất khẩu). Tuy nhiên, thời gian vận chuyển bằng đường biển thường kéo dài (khoảng 25 ngày nếu sang EU hoặc Hoa Kỳ). Do đó, vấn đề bảo quản chất lượng sản phẩm trở thành vấn đề rất quan trọng khi xuất khẩu. Ngoài ra, đầu tư cho công nghệ sau thu hoạch còn nhằm làm tăng giá trị gia tăng của rau quả do những tác động của kỹ thuật và công nghệ phù hợp.

**Nguyên nhân của những bất cập trên xuất phát từ các vấn đề sau:**

*Vị trí và bản chất của nông hộ:* Qui mô lao động nhỏ, bình quân một hộ nông dân có hai lao động và hai người phụ thuộc. nếu canh tác độc lập, riêng lẻ thì sức mạnh kinh tế của hộ nông dân rất nhỏ bé, khả năng chịu đựng rủi ro rất thấp, tình trạng thoát nghèo rồi tái nghèo rất dễ xảy ra. Sản xuất trong cơ chế thị trường song lại không biết nhu cầu của thị trường, các hộ này không đủ khả năng để nghiên cứu thị trường, không thể dự báo thị trường và lập kế hoạch sản xuất của mình theo nhu cầu thị trường. Các hộ nông dân có nhu cầu vay vốn để sản xuất nhưng lại không đủ điều kiện để vay vốn, không có tài sản thế chấp, không có tư cách pháp nhân, không thể là khách hàng hoặc đối tác thực sự của các ngân hàng để được vay theo chính sách ưu đãi của nhà nước, cũng như không thể có đủ tư thế để đàm phán với người bán các yếu tố đầu vào như giống, phân bón, thuốc BVTV, vật tư nông nghiệp nói chung. Từng hộ nông dân với sản lượng ít sẽ rất khó để ký hợp đồng cung cấp sản phẩm cho các siêu thị, trung tâm thương mại...mà phải bán cho các thương lái, nên khả năng bị ép giá là khá cao. Nông dân cần ứng dụng các tiến bộ khoa học – kỹ thuật song các tổ chức nghiên cứu, dịch vụ khoa học – công nghệ không thể hướng dẫn trực tiếp cho hàng triệu hộ nông dân riêng lẻ với qui mô canh tác khá hạn chế,

sản xuất những loại rau quả khác nhau. Nông dân phải liên kết với doanh nghiệp, tuy nhiên, các doanh nghiệp không thể liên kết trực tiếp với hàng vạn hộ nông dân riêng lẻ. Với năng lực có hạn, một doanh nghiệp khó có thể cùng một lúc liên kết với cả ngàn hộ nông dân để hướng dẫn họ sản xuất cùng một loại sản phẩm và giám sát việc thực hiện quy trình sản xuất đồng bộ.

*Vai trò của các HTX:* đa số các HTX chỉ cung cấp một số đầu vào cho xã viên như giống, phân bón, vật tư nông nghiệp nhưng đa số các HTX chưa quan tâm đúng mức đến vấn đề tiêu thụ sản phẩm hoặc tận dụng, khai thác các năng lực về thiết bị, máy móc, dịch vụ sẵn có của các xã viên sẵn có.

*Các tác động khách quan của môi trường kinh doanh và cơ chế chính sách nhà nước:* Các chương trình hỗ trợ hiện vẫn chưa được triển khai thật sự hiệu quả do thiếu sự gắn kết giữa các bên liên quan. Ngân hàng thương mại chưa có nhiều động lực để mở rộng các chương trình hỗ trợ cho nông dân. Ngân hàng không thể nâng cao lãi suất trong khi phải nhận rủi ro khá cao khi cho người nông dân vay do thu nhập của người nông dân không ổn định và rất khó xác thực thu nhập. Do đó, ngân hàng thường yêu cầu nông dân phải có tài sản thế chấp nếu muốn tiếp cận nguồn vốn. Các cơ quan quản lý chất lượng sản phẩm cũng như các tổ chức nghiên cứu, các cơ sở cung cấp dịch vụ khoa học – công nghệ không thể giám sát, hướng dẫn trực tiếp hàng triệu hộ nông dân riêng lẻ với diện tích canh tác bình quân không quá một ha mỗi hộ.

Ngoài ra, nhu cầu thông tin thị trường, nhu cầu vay vốn sản xuất của các nông hộ cũng rất cao nhưng với những bất cập như trên, chỉ có mô hình HTX với sự liên kết lại của các hộ sản xuất tạo thành lợi thế về kinh tế theo quy mô tức tạo ra các liên kết ngang mới có thể đáp ứng và thỏa mãn các nhu cầu trên. Tuy nhiên, các HTX nếu chỉ với chức năng đơn giản là cung cấp đầu vào cho xã viên, hướng dẫn kỹ thuật sản xuất thì khó có thể phát triển trong cơ chế thị trường cũng như đáp ứng nhu cầu các thành viên trong HTX. HTX tạo vị thế về đàm phán giá cả với bên mua do có lợi thế về quy mô sản xuất, chất lượng đồng nhất, kiểm soát được chất lượng

và an toàn thực phẩm; có khả năng nghiên cứu thị trường (tức quyết định sản xuất cái gì, bao nhiêu, sản xuất như thế nào, hợp đồng đầu vào và đầu ra cho xã viên như thế nào...); có khả năng trở thành đối tác thích hợp để tiếp nhận các hỗ trợ của nước cho các nông hộ như: vay vốn, chuyển giao tiến bộ khoa học – công nghệ, đào tạo, xây dựng thương hiệu, đăng ký bảo hộ nhãn hiệu hàng hóa....Do đó, nông dân liên kết thông qua mô hình HTX là mô hình cơ bản, phù hợp để giữ được đất, bảo đảm quyền lợi, quyền làm chủ của nông dân. Từ đó, làm cơ sở cho các liên kết ở mức độ cao hơn và thông qua hình thức này, vị thế đàm phán mua bán của nông hộ trong thị trường đầu vào và đầu ra được nâng lên để phân phối lại giá trị gia tăng trong chuỗi liên kết rau quả tươi xuất khẩu.

Chính vì những lý do trên, việc hình thành các liên kết ngang thông qua hình thức HTX hoặc công ty cổ phần nông nghiệp là vấn đề rất cần thiết để giải quyết các khó khăn, khắc phục tình trạng sản xuất nhỏ lẻ, phân tán. HTX hoạt động như một doanh nghiệp cung cấp dịch vụ cho xã viên, còn việc sản xuất là việc của xã viên. HTX không phủ định, thay thế kinh tế hộ, mà làm cho kinh tế hộ hiệu quả hơn, có sức cạnh tranh cao hơn, thu nhập của hộ xã viên cao hơn.

Bảng 4.23: Tóm tắt các thuận lợi và khó khăn

| TT | Nhóm các vấn đề      | Thuận lợi                                                                                                       | Khó khăn                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|----|----------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 01 | Tổ chức sản xuất     | Hỗ trợ của HTX                                                                                                  | 1. Kiểm soát dư lượng thuốc BVTV và kim loại nặng<br>2. Chuẩn bị đơn hàng xuất khẩu<br>3. Nguyên liệu không ổn định về số lượng, chất lượng<br>4. Chất lượng nước chưa ổn định<br>5. Chi phí sản xuất cao<br>6. Xây dựng vùng nguyên liệu rau quả ổn định và đạt yêu cầu xuất khẩu<br>7. Sâu bệnh nhiều, chưa đủ kinh nghiệm xử lý                                                                                                                             |
| 02 | Vốn                  | 1. Chương trình kết nối ngân hàng với doanh nghiệp<br>2. Hỗ trợ lãi vay ưu đãi của địa phương như QĐ 04, QĐ 50. | Vốn đầu tư mở rộng sản xuất                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| 03 | Nhân lực             | Có kinh nghiệm sản xuất, kiến thức về canh tác                                                                  | 1. Công lao động khó tìm<br>2. Thuê quản lý và điều phối sản xuất                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| 04 | Công nghệ - kỹ thuật |                                                                                                                 | 1. Cách bảo quản và sơ chế rau quả sau thu hoạch đạt yêu cầu xuất khẩu<br>2. Ứng dụng công nghệ cao và hệ thống ICT để kiểm soát tình hình sản xuất và vận hành hoạt động hàng ngày<br>3. Hệ thống quản lý và cảnh báo dịch bệnh sâu hại hiệu quả,<br>4. Hệ thống điều khiển và giám sát từ xa<br>5. Ứng dụng hệ thống quản lý và vận hành sản xuất quy mô HTX để hỗ trợ xã viên và HTX điều hành tổ chức sản xuất<br>6. Phòng ngừa và điều trị bệnh cây trồng |
| 05 | Thông tin            |                                                                                                                 | Thông tin thị trường và sản phẩm                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| 06 | Đất đai              |                                                                                                                 | Thuê đất để mở rộng sản xuất                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| 07 | Chính sách nhà nước  | 1. Chương trình ươm tạo DN NNCNC TPHCM<br>2. Chương trình hỗ trợ chuyển dịch cơ cấu sản xuất nông nghiệp đô thị | Tiếp cận đất đai                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| 08 | Thị trường           | 1. Thị trường nội địa tốt,<br>2. Thị trường xuất khẩu truyền thống ổn định<br>3. Tham gia hội chợ triển lãm     | 1. Cạnh tranh về giá,<br>2. Giá mua thấp<br>3. Ký hợp đồng tiêu thụ với siêu thị<br>4. Ký hợp đồng bao tiêu sản phẩm,                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |

*Nguồn: Tác giả tổng hợp*

Với năng lực quản lý nguồn cung ứng nguyên liệu và công nghệ chế biến như hiện nay, việc xuất khẩu rau quả của Việt Nam được đánh giá có tỉ lệ rủi ro cao, đặc biệt khi đưa vào các nước có rào cản vệ sinh an toàn thực phẩm nghiêm ngặt như Hoa Kỳ, EU, Nhật Bản, Hàn quốc...

Bảng 4.24: Rủi ro trong chuỗi liên kết rau quả tươi xuất khẩu

| Rủi ro về phía người sản xuất                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | Rủi ro về phía nhà xuất khẩu                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <p><b>1. Dịch bệnh:</b> đây là rủi ro khách quan, mặc dù có thể khắc phục qua biện pháp thâm canh và phương thức canh tác nhưng cần vốn đầu tư cũng như trình độ kỹ thuật của người sản xuất phải khá.</p> <p><b>2. Sâu hại:</b> cũng là rủi ro khách quan, mặc dù có thể khắc phục qua biện pháp thâm canh và phương thức canh tác nhưng vấn đề này cũng cần vốn đầu tư cũng như trình độ kỹ thuật của người sản xuất phải khá.</p> <p><b>3. Năng suất, Sản lượng:</b> năng suất bị sụt giảm không đạt như dự kiến dẫn đến sản lượng thu hoạch không thực hiện đúng như cam kết, làm ảnh hưởng đến kế hoạch xuất hàng của khâu phân phối.</p> <p><b>4. Qui cách sản phẩm:</b> liên quan đến rủi ro về giống vì sẽ cho ra sản phẩm không đồng dạng về kích cỡ, màu sắc, phẩm chất và qui cách thành phẩm không đạt chuẩn sẽ không được thu mua đúng giá, thường do người sản xuất tự tiêu, mang tính tận thu, làm giảm doanh thu và lợi nhuận của người sản xuất.</p> <p><b>5. Yêu cầu thị trường:</b> Người sản xuất thường không chú ý tới thị trường và các yêu cầu của thị trường. Họ chưa quan tâm đúng mức tới cầu và các đòi hỏi của thị trường trong sản xuất hàng hóa</p> | <p><b>1. Dư lượng thuốc BVTV vượt quá mức cho phép:</b> Các cơ quan kiểm tra vệ sinh an toàn thực phẩm các nước EU, Hoa Kỳ, Nhật bản có các công cụ kiểm tra tiên tiến và họ thực hiện lấy mẫu ngẫu nhiên để kiểm tra xác suất. Điều này sẽ dẫn đến xác suất phát hiện các tồn dư mà các thiết bị, công cụ kiểm nghiệm trong nước không phát hiện được nhưng lại có thể sẽ bị họ tìm thấy và huỷ bỏ hoặc trả về cá lô hàng.</p> <p><b>2. Dịch hại và sâu bệnh:</b> làm ảnh hưởng đến sản lượng và lịch giao hàng, có thể bị phạt hoặc mất hợp đồng.</p> <p><b>3. Thị trường:</b> liên quan đến rủi ro về giá cả và sản lượng xuất khẩu. Giá cả và sản lượng xuất khẩu có thể bị ảnh hưởng xấu từ các sản phẩm từ các nước xuất khẩu rau quả cạnh tranh với nước ta như Thái Lan, Trung quốc...</p> |

*Nguồn: Tổng hợp của tác giả*

#### 4.3.4. Kết quả hồi quy và các kiểm định mô hình:

Khi xác định diễn tiến phân phối thu nhập thường chú ý vào lợi nhuận, và lợi nhuận thường được cho là yếu tố then chốt để tìm hiểu kết quả phân phối của hệ

thống sản xuất. Một chỉ báo cũng thường được sử dụng tuy vẫn còn một vài hạn chế là chênh lệch giữa giá bán và chi phí giá thành (markup). Trong điều kiện khảo sát về hiệu quả tài chính của các tác nhân tham gia trong chuỗi, chỉ số này được sử dụng để xây dựng mô hình.

#### 4.3.4.1. Kết quả phân tích hồi quy ban đầu

Mô hình kinh tế lượng được xây dựng có dạng như sau:

$$\begin{aligned} \ln\_LN_i = & \alpha + \beta_1 TD_i + \beta_2 TD\_HV_i + \beta_3 KN_i + \beta_4 LD_i + \beta_5 DT\_CT_i + \beta_6 \ln\_V_i \\ & + \beta_7 TL\_UD_i + \beta_8 PT\_TH_i + \beta_9 TL\_TC_i + \beta_{10} KN\_CD_i + \beta_{11} TGDU_i + \beta_{12} DT_i \\ & + \beta_{13} TL\_RQXK_i + \beta_{14} HTL_i + \varepsilon_i \end{aligned}$$

Bảng 4.25: Kết quả hồi quy ban đầu

| <b>Biến phụ thuộc:</b><br>Logarit Lợi nhuận trước thuế ( <b>ln_LN</b> )        | <b>Hệ số hồi quy</b> | <b>Thống kê t</b> | <b>Giá trị p</b> |
|--------------------------------------------------------------------------------|----------------------|-------------------|------------------|
| <b><i>Biến độc lập</i></b>                                                     |                      |                   |                  |
| Tuổi đời của chủ hộ/DN sản xuất, kinh doanh ( <b>TD</b> )                      | -0,0255              | -2,2000           | 0,0290           |
| Trình độ học vấn của chủ hộ, doanh nghiệp ( <b>TD_HV</b> )                     | 0,0013               | 0,0400            | 0,9650           |
| Kinh nghiệm sản xuất ( <b>KN</b> )                                             | 0,0383               | 3,1000            | 0,0020           |
| Logarit Số lao động trong hộ ( <b>ln_LD</b> )                                  | 0,2382               | 2,3600            | 0,0190           |
| Logarit Diện tích đất canh tác ( <b>ln_DT_CT</b> )                             | 0,2178               | 3,4200            | 0,0010           |
| Logarit Vốn đầu tư cho sản xuất ( <b>ln_V</b> )                                | 0,0533               | 0,8900            | 0,3770           |
| Tỷ lệ vốn vay ưu đãi trên tổng vốn ( <b>TL_UD</b> )                            | -0,0031              | -2,2400           | 0,0270           |
| Phương thức thu hoạch sản phẩm ( <b>PT_TH</b> )                                | -1,5178              | -2,7600           | 0,0060           |
| Tỷ lệ diện tích đạt tiêu chuẩn thực hành sản xuất tốt ( <b>TL_TC</b> )         | 0,0024               | 0,7300            | 0,4690           |
| Khả năng chủ động nguyên liệu cung cấp cho đơn hàng xuất khẩu ( <b>KN_CD</b> ) | 0,0133               | 3,3500            | 0,0010           |
| Thời gian trung bình đáp ứng đơn đặt hàng ( <b>TGDU</b> )                      | -0,0005              | -0,3100           | 0,7550           |
| Logarit Doanh thu hàng năm ( <b>ln_DT</b> )                                    | 0,3072               | 4,9900            | 0,0000           |
| Tỷ lệ rau, quả tươi xuất khẩu/toàn bộ nông sản ( <b>TL_RQXK</b> )              | 0,0150               | 2,9300            | 0,0040           |
| Trả lại hàng xuất khẩu do không đạt yêu cầu ( <b>HTL</b> )                     | -0,6655              | -2,5400           | 0,0120           |
| Hằng số                                                                        | 1,7462               | 2,5900            | 0,0100           |

| <b>Biến phụ thuộc:</b><br>Logarit Lợi nhuận trước thuế ( <b>ln_LN</b> ) | <b>Hệ số hồi quy</b>      | <b>Thống kê t</b> | <b>Giá trị p</b> |
|-------------------------------------------------------------------------|---------------------------|-------------------|------------------|
| <b>Biến độc lập</b>                                                     |                           |                   |                  |
|                                                                         | Số quan sát               |                   | 180              |
|                                                                         | Giá trị thống kê F        |                   | 52,3500          |
| Kiểm định độ phù hợp mô hình                                            | Prob > F                  |                   | 0,0000           |
|                                                                         | R <sup>2</sup>            |                   | 0,8162           |
|                                                                         | R <sup>2</sup> điều chỉnh |                   | 0,8006           |

*Nguồn: Kết quả phân tích từ Stata 12*

Kết quả phân tích hồi qui OLS cho thấy R<sup>2</sup> điều chỉnh = 0,8006 cho thấy các biến độc lập giải thích được 80,06% sự biến thiên của lợi nhuận. Kiểm định F với giá trị Prob = 0,0000 cho thấy mô hình sử dụng là phù hợp và các biến đều đạt được tiêu chuẩn chấp nhận.

#### 4.3.4.2. Các kiểm định mô hình

Thực hiện các phép kiểm định tính hiệu lực của mô hình cho phép xác định tính chuẩn xác và hiệu lực của hàm ước lượng, các biến độc lập giải thích tốt cho biến phụ thuộc. Đồng thời, mô hình ước lượng không vi phạm các giả thuyết của mô hình như: không có hiện tượng phương sai của sai số thay đổi, không có hiện tượng tự tương quan và không có hiện tượng đa cộng tuyến. Phần phụ lục kèm theo sẽ trình bày kết quả kiểm định và khắc phục những vi phạm của mô hình.

#### Kiểm định hiện tượng đa cộng tuyến

Bảng 4.26: Kiểm định hiện tượng đa cộng tuyến

| <b>Tên biến</b>                                                                | <b>VIF</b> | <b>1/VIF</b> |
|--------------------------------------------------------------------------------|------------|--------------|
| Tuổi đời của chủ hộ/DN sản xuất, kinh doanh ( <b>TD</b> )                      | 5,3500     | 0,1869       |
| Trình độ học vấn của chủ hộ, doanh nghiệp ( <b>TD_HV</b> )                     | 4,4100     | 0,2266       |
| Kinh nghiệm sản xuất ( <b>KN</b> )                                             | 4,1900     | 0,2386       |
| Logarit Số lao động trong hộ ( <b>ln_LD</b> )                                  | 3,1900     | 0,3137       |
| Logarit Diện tích đất canh tác ( <b>ln_DT_CT</b> )                             | 2,1600     | 0,4620       |
| Logarit Vốn đầu tư cho sản xuất ( <b>ln_V</b> )                                | 2,0800     | 0,4815       |
| Tỷ lệ vốn vay ưu đãi trên tổng vốn ( <b>TL_UD</b> )                            | 1,9200     | 0,5217       |
| Phương thức thu hoạch sản phẩm ( <b>PT_TH</b> )                                | 1,9000     | 0,5259       |
| Tỷ lệ diện tích đạt tiêu chuẩn thực hành sản xuất tốt ( <b>TL_TC</b> )         | 1,8300     | 0,5476       |
| Khả năng chủ động nguyên liệu cung cấp cho đơn hàng xuất khẩu ( <b>KN_CD</b> ) | 1,5000     | 0,6654       |

| Tên biến                                                 | VIF         | 1/VIF  |
|----------------------------------------------------------|-------------|--------|
| Thời gian trung bình đáp ứng đơn đặt hàng (TGDU)         | 1,3500      | 0,7428 |
| Logarit Doanh thu hàng năm (ln_DT)                       | 1,3000      | 0,7674 |
| Tỷ lệ rau, quả tươi xuất khẩu/toàn bộ nông sản (TL_RQXK) | 1,1900      | 0,8387 |
| Trả lại hàng xuất khẩu do không đạt yêu cầu (HTL)        | 1,1000      | 0,9053 |
| <b>Trung bình</b>                                        | <b>2,39</b> |        |

*Nguồn: Kết quả phân tích từ Stata 12*

Kết quả cho thấy hệ số tương quan giữa các biến tương đối nhỏ và các thành phần nhân tố trong mô hình cho hệ số VIF rất nhỏ, nhỏ hơn rất nhiều so với chuẩn 10 theo Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc (2008), chứng tỏ mô hình hồi quy phân tích có mức độ đa cộng tuyến thấp.

#### **Kiểm định hiện tượng tự tương quan**

Với giả định, lợi nhuận không có ảnh hưởng lẫn nhau giữa các doanh nghiệp, hợp tác xã, hộ gia đình ở các tỉnh, thành nên hiện tượng tự tương quan được xem không tồn tại với mô hình với dữ liệu chéo trong nghiên cứu của tác giả.

#### **Kiểm định hiện tượng phương sai sai số thay đổi:**

Kết quả kiểm định cho thấy mô hình hồi quy có hiện tượng phương sai sai số thay đổi, điều này sẽ làm ảnh hưởng phần nào đến hiệu quả của mô hình.

Bảng 4.27: Kiểm định hiện tượng phương sai sai số thay đổi

| Chỉ tiêu                | Kết quả                                  |
|-------------------------|------------------------------------------|
| Giá trị Chi-bình phương | 166,6900                                 |
| Giá trị p-value         | 0,0000                                   |
| Nhận định               | Có hiện tượng phương sai sai số thay đổi |

*Nguồn: Kết quả phân tích từ Stata 12*

#### **4.3.4.3. Kết quả mô hình sau khi hiệu chỉnh:**

Tác giả sử dụng ước lượng vững của ma trận hiệp phương sai sai số do White (1980) đề xuất để tính toán lại các giá trị kiểm định khi có phương sai thay đổi. Kết quả được trình bày trong bảng sau:

Bảng 4.28: Kết quả mô hình sau khi hiệu chỉnh

| <b>Biến phụ thuộc:</b><br>Logarit Lợi nhuận trước thuế ( <b>ln_LN</b> )        | <b>Hệ số hồi quy</b> | <b>Thống kê t</b> | <b>Giá trị p</b> |
|--------------------------------------------------------------------------------|----------------------|-------------------|------------------|
| <b><i>Biến độc lập</i></b>                                                     |                      |                   |                  |
| Tuổi đời của chủ hộ/DN sản xuất, kinh doanh ( <b>TD</b> )                      | -0,0255              | -1,8300           | 0,0690           |
| Trình độ học vấn của chủ hộ, doanh nghiệp ( <b>TD_HV</b> )                     | 0,0013               | 0,0400            | 0,9700           |
| Kinh nghiệm sản xuất ( <b>KN</b> )                                             | 0,0383               | 2,3000            | 0,0230           |
| Logarit Số lao động trong hộ ( <b>ln_LD</b> )                                  | 0,2382               | 1,7100            | 0,0890           |
| Logarit Diện tích đất canh tác ( <b>ln_DT_CT</b> )                             | 0,2178               | 1,8800            | 0,0620           |
| Logarit Vốn đầu tư cho sản xuất ( <b>ln_V</b> )                                | 0,0533               | 0,4900            | 0,6220           |
| Tỷ lệ vốn vay ưu đãi trên tổng vốn ( <b>TL_UD</b> )                            | -0,0031              | -2,6400           | 0,0090           |
| Phương thức thu hoạch sản phẩm ( <b>PT_TH</b> )                                | -1,5178              | -1,3500           | 0,1780           |
| Tỷ lệ diện tích đạt tiêu chuẩn thực hành sản xuất tốt ( <b>TL_TC</b> )         | 0,0024               | 0,6900            | 0,4920           |
| Khả năng chủ động nguyên liệu cung cấp cho đơn hàng xuất khẩu ( <b>KN_CD</b> ) | 0,0133               | 2,6600            | 0,0090           |
| Thời gian trung bình đáp ứng đơn đặt hàng ( <b>TGDU</b> )                      | -0,0005              | -0,5800           | 0,5660           |
| Logarit Doanh thu hàng năm ( <b>ln_DT</b> )                                    | 0,3072               | 3,3700            | 0,0010           |
| Tỷ lệ rau, quả tươi xuất khẩu/toàn bộ nông sản ( <b>TL_RQXK</b> )              | 0,0150               | 2,9500            | 0,0040           |
| Trả lại hàng xuất khẩu do không đạt yêu cầu ( <b>HTL</b> )                     | -0,6655              | -1,5600           | 0,1200           |
| Hằng số                                                                        | 1,7462               | 1,8800            | 0,0620           |
| Kiểm định độ phù hợp mô hình                                                   | Số quan sát          |                   | 180              |
|                                                                                | Giá trị thống kê F   |                   | 88,1100          |
|                                                                                | Prob > F             |                   | 0,0000           |
|                                                                                | R2                   |                   | 0,8147           |

*Nguồn: Kết quả phân tích từ Stata 12*

Kết quả ước lượng mô hình sau khi hiệu chỉnh cho thấy các nhân tố ảnh hưởng có ý nghĩa thống kê đến Lợi nhuận trước thuế (LN) bao gồm 4 nhóm: (i) Đặc điểm chủ hộ/doanh nghiệp/hợp tác xã (Tuổi đời của chủ hộ/DN sản xuất, kinh doanh; Kinh nghiệm sản xuất) (ii) Đặc điểm đầu vào (Quy mô lao động, Diện tích đất canh tác, Tỷ lệ vốn vay ưu đãi trên tổng vốn); (iii) Đặc điểm sản xuất (Khả năng chủ động nguyên liệu cung cấp cho đơn hàng xuất khẩu) và (iv) Đặc điểm đầu ra

(Doanh thu hàng năm, Tỷ lệ rau, quả tươi xuất khẩu/toàn bộ nông sản). Cụ thể như sau:

Bảng 4.29: Tổng hợp kết quả kỳ vọng và mức ý nghĩa thống kê

| <b>Các biến</b>                                                                | <b>Kỳ vọng</b> | <b>Kết quả</b> | <b>Mức ý nghĩa</b>        |
|--------------------------------------------------------------------------------|----------------|----------------|---------------------------|
| Tuổi đời của chủ hộ/DN sản xuất, kinh doanh ( <b>TD</b> )                      | +              | -              | Mức ý nghĩa 10%           |
| Trình độ học vấn của chủ hộ, doanh nghiệp ( <b>TD_HV</b> )                     | +              | +              | Không có ý nghĩa thống kê |
| Kinh nghiệm sản xuất ( <b>KN</b> )                                             | +              | +              | Mức ý nghĩa 5%            |
| Logarit Số lao động trong hộ ( <b>ln_LD</b> )                                  | +              | +              | Mức ý nghĩa 10%           |
| Logarit Diện tích đất canh tác ( <b>ln_DT_CT</b> )                             | +              | +              | Mức ý nghĩa 10%           |
| Logarit Vốn đầu tư cho sản xuất ( <b>ln_V</b> )                                | +              | +              | Không có ý nghĩa thống kê |
| Tỷ lệ vốn vay ưu đãi trên tổng vốn ( <b>TL_UD</b> )                            | +              | -              | Mức ý nghĩa 1%            |
| Phương thức thu hoạch sản phẩm ( <b>PT_TH</b> )                                | +              | -              | Không có ý nghĩa thống kê |
| Tỷ lệ diện tích đạt tiêu chuẩn thực hành sản xuất tốt ( <b>TL_TC</b> )         | +              | +              | Không có ý nghĩa thống kê |
| Khả năng chủ động nguyên liệu cung cấp cho đơn hàng xuất khẩu ( <b>KN_CD</b> ) | +              | +              | Mức ý nghĩa 1%            |
| Thời gian trung bình đáp ứng đơn đặt hàng ( <b>TGDU</b> )                      | -              | -              | Không có ý nghĩa thống kê |
| Logarit Doanh thu hàng năm ( <b>ln_DT</b> )                                    | +              | +              | Mức ý nghĩa 1%            |
| Tỷ lệ rau, quả tươi xuất khẩu/toàn bộ nông sản ( <b>TL_RQXK</b> )              | +              | +              | Mức ý nghĩa 1%            |
| Trả lại hàng xuất khẩu do không đạt yêu cầu ( <b>HTL</b> )                     | -              | -              | Không có ý nghĩa thống kê |

*Nguồn: Tổng hợp của Tác giả*

#### 4.3.4.4. Phân tích kết quả nghiên cứu:

Trên cơ sở kết quả phân tích từ mô hình hồi quy sau khi hiệu chỉnh, tác giả phân tích chi tiết sự tác động của các nhân tố thông qua các hệ số hồi qui, cụ thể như sau:

### **Nhóm đặc điểm chủ hộ, chủ doanh nghiệp, hợp tác xã**

*Tuổi đời của chủ hộ/DN sản xuất, kinh doanh có mối quan hệ ngược chiều với Lợi nhuận trước thuế.* Với  $\beta_1 = -0,0255$  cho biết: Trong điều kiện các yếu tố khác không đổi, Tuổi đời của chủ hộ/DN sản xuất, kinh doanh tăng 1 năm thì Lợi nhuận trước thuế giảm khoảng 2,55% với mức ý nghĩa 10%.

*Kinh nghiệm sản xuất có mối quan hệ cùng chiều với Lợi nhuận trước thuế.* Với  $\beta_3 = 0,0383$  cho biết: Trong điều kiện các yếu tố khác không đổi, Kinh nghiệm sản xuất tăng 1 năm thì Lợi nhuận trước thuế tăng 3,83% với mức ý nghĩa 5%.

Kết quả này phù hợp với nghiên cứu của Kolawole (2006), Huyha và cộng sự (2007), Ogunniyi (2011), Oladeebo và Oluwaranti (2012), Nguyễn Tiến Dũng và cộng sự (2014), Nguyễn Văn Tiến và Phạm Lê Thông (2014), Lê Đình Hải và Lê Ngọc Diệp (2016), Nguyễn Tuấn Kiệt (2017). Như vậy, yếu tố tuổi đời nếu không có kinh nghiệm sản xuất – kinh doanh lại chính là yếu tố tác động ngược chiều đến kết quả sản xuất - kinh doanh xuất phát từ thói quen sản xuất đã tạo rào cản tiếp thu các ứng dụng khoa học- kỹ thuật mới cũng như thiếu sự nhạy bén trong nắm bắt các thông tin thị trường. Trong khi đó, kinh nghiệm sản xuất đóng vai trò quan trọng trong sản xuất – kinh doanh rau quả tươi xuất khẩu, có tác động cùng chiều đối với hiệu quả sản xuất – kinh doanh rau quả tươi, điều này cho thấy sự thực hành, nắm bắt thực tiễn sản xuất – kinh doanh của người chủ hộ cần được trau dồi, huấn luyện thành các kỹ năng thực hành nhuần nhuyễn, phù hợp với điều kiện sản xuất – kinh doanh của địa bàn canh tác.

### **Nhóm đặc điểm đầu vào**

*Số lao động trong hộ có mối quan hệ cùng chiều với Lợi nhuận trước thuế.* Với  $\beta_4 = 0,2382$  cho biết: Trong điều kiện các yếu tố khác không đổi, Số lao động trong hộ tăng 1% thì Lợi nhuận trước thuế tăng 0,2382% với mức ý nghĩa 10%.

*Diện tích đất canh tác có mối quan hệ cùng chiều với Lợi nhuận trước thuế.* Với  $\beta_5 = 0,2178$  cho biết: Trong điều kiện các yếu tố khác không đổi, Diện tích đất canh tác tăng 1% thì Lợi nhuận trước thuế tăng lần lượt khoảng 0,2178% với mức ý nghĩa 10%.

*Tỷ lệ vốn vay ưu đãi trên tổng vốn có mối quan hệ ngược chiều với Lợi nhuận trước thuế.* Với  $\beta_7 = -0,0031$  cho biết: Trong điều kiện các yếu tố khác không đổi, tỷ lệ vốn vay ưu đãi trên tổng vốn tăng 1% thì Lợi nhuận trước thuế giảm 0,31% với mức ý nghĩa 1%.

Kết quả này phù hợp với nghiên cứu Lio và Liu (2006), Oladeebo và Oluwaranti (2012), Nguyễn Quốc Nghi và Lưu Thanh Đức Hải (2009), Nguyễn Tiến Dũng và cộng sự (2014), Nguyễn Văn Tiến và Phạm Lê Thông (2014), Nguyễn Tiến Dũng và Lê Khương Ninh (2015), Trịnh Thanh Nhân (2015), Lê Đình Hải và Lê Ngọc Diệp (2016), Nguyễn Tuấn Kiệt (2017). Theo lý thuyết về lợi thế kinh tế theo quy mô, diện tích và qui mô lao động càng tăng thì lợi nhuận sản xuất – kinh doanh sẽ càng tăng. trong điều kiện sản xuất – kinh doanh rau quả tươi xuất khẩu của vùng KTTĐPN, do giá lao động vẫn còn tương đối rẻ và sản lượng lớn, khả năng bù đắp chi phí sản xuất, tăng lợi nhuận cao. Trong khi đó, tỷ lệ vốn vay ưu đãi trên tổng vốn có mối quan hệ ngược chiều với Lợi nhuận trước thuế cho thấy xuất hiện yếu tố ỷ lại của người sản xuất vào nguồn vốn ưu nhà nước hoặc có thể nguồn vốn ưu đãi đó được đầu tư vào mục đích khác với mục đích cho vay, dẫn đến hiệu quả sản xuất – kinh doanh lĩnh vực chính là rau quả xuất khẩu không cao. Điều này cho thấy cần có sự kiểm tra và giám sát chặt chẽ của các cơ quan hữu quan về việc sử dụng nguồn vốn vay ưu đãi vào đúng mục đích vay.

### **Nhóm đặc điểm sản xuất**

*Khả năng chủ động nguyên liệu cung cấp cho đơn hàng xuất khẩu có mối quan hệ cùng chiều với Lợi nhuận trước thuế.* Với  $\beta_{10} = 0,0133$  cho biết: Trong điều kiện các yếu tố khác không đổi, Khả năng chủ động nguyên liệu cung cấp cho đơn

hàng xuất khẩu tăng 1% thì Lợi nhuận trước thuế tăng khoảng 1,33% với mức ý nghĩa 1%.

Kết quả phù hợp với nghiên cứu của Lio và Liu (2006), Nguyễn Tiến Dũng và Lê Khương Ninh (2015), Trịnh Thanh Nhân (2015), Lê Đình Hải và Lê Ngọc Diệp (2016), Nguyễn Tuấn Kiệt (2017). Điều này cho thấy hiệu quả của việc chủ động nguồn nguyên liệu trong đáp ứng đơn hàng xuất khẩu. Do đó, cần có sự liên kết với các tổ chức, cá nhân sản xuất, xây dựng các vùng nguyên liệu đạt chuẩn để chủ động tạo nguồn nguyên liệu cho các đơn hàng xuất khẩu đóng vai trò quan trọng trong việc nâng cao hiệu quả sản xuất – kinh doanh rau quả tươi.

#### **Nhóm đặc điểm đầu ra**

*Doanh thu có mối quan hệ cùng chiều với Lợi nhuận trước thuế.* Với  $\beta_{12} = 0,3072$  cho biết: Trong điều kiện các yếu tố khác không đổi, Doanh thu hàng năm tăng 1% thì Lợi nhuận trước thuế tăng 0,3072% với mức ý nghĩa 1%.

*Tỷ lệ rau, quả tươi xuất khẩu/toàn bộ nông sản có mối quan hệ cùng chiều với Lợi nhuận trước thuế.* Với  $\beta_{13} = 0,0150$  cho biết: Trong điều kiện các yếu tố khác không đổi, Tỷ lệ rau, quả tươi xuất khẩu/toàn bộ nông sản tăng 1% thì Lợi nhuận trước thuế tăng 1,50% với mức ý nghĩa 1%.

Kết quả này phù hợp với nghiên cứu của Lio và Liu (2006), Nguyễn Tiến Dũng và Lê Khương Ninh (2015), Trịnh Thanh Nhân (2015), Lê Đình Hải và Lê Ngọc Diệp (2016), Nguyễn Tuấn Kiệt (2017). Như vậy, trong xuất khẩu rau quả tươi, bên cạnh các sản phẩm có sản lượng lớn, các yếu tố độc đáo, khác biệt của một số mặt hàng rau quả tạo ra lợi nhuận cao ở các thị trường ngách với doanh thu không nhất thiết phải lớn cũng cần được khai thác đúng mức. Bên cạnh đó, Tỷ lệ rau, quả tươi xuất khẩu/toàn bộ nông sản có mối quan hệ cùng chiều với Lợi nhuận trước thuế cho thấy vai trò quan trọng của việc đảm bảo quy trình sản xuất đạt chuẩn tiếp cận với các yêu cầu của thị trường xuất khẩu cũng như việc ứng dụng các tiến bộ khoa học – kỹ thuật vào sản xuất – kinh doanh sẽ góp phần làm tăng tỷ lệ sản phẩm đạt chuẩn xuất khẩu cần được quan tâm nhiều hơn.

Các biến Trình độ học vấn của chủ hộ, doanh nghiệp, Vốn đầu tư cho sản xuất, Phương thức thu hoạch sản phẩm, Tỷ lệ diện tích đạt tiêu chuẩn thực hành sản xuất tốt, Thời gian trung bình đáp ứng đơn đặt hàng, Trả lại hàng xuất khẩu do không đạt yêu cầu không có ý nghĩa thống kê trong mẫu nghiên cứu này.

#### 4.3.5. Vai trò của chuỗi liên kết trong việc gia tăng giá trị và xuất khẩu cho các mặt hàng rau quả của vùng kinh tế trọng điểm phía Nam

Tác giả tiến hành thực hiện phân tích tương quan giữa các biến chính trong mô hình nhằm nêu bật được vai trò của chuỗi liên kết trong việc gia tăng giá trị và xuất khẩu cho các mặt hàng rau quả của vùng KTTĐPN. Kết quả cho thấy, biến Tỷ lệ chủ động nguồn nguyên liệu cung cấp cho đơn hàng xuất khẩu, Tỷ lệ rau, quả xuất khẩu, Diện tích đất trồng hoặc vùng nguyên liệu trồng rau, quả có tương quan dương với lợi nhuận với mức ý nghĩa thống kê 1%. Điều này cho thấy hiệu quả khi tham gia vào chuỗi liên kết và các tác động đó chứng minh vai trò của chuỗi liên kết trong việc gia tăng giá trị và kim ngạch xuất khẩu cho các mặt hàng rau quả của Việt Nam nói chung và của Vùng KTTĐPN nói riêng.

Bảng 4.30: Ma trận tương quan

|                                                                  | <b>Lợi nhuận trước thuế/năm</b> | <b>Tỷ lệ chủ động nguồn nguyên liệu cung cấp cho đơn hàng xuất khẩu</b> | <b>Tỷ lệ rau, quả xuất khẩu</b> | <b>Diện tích đất trồng hoặc vùng nguyên liệu trồng rau, quả</b> |
|------------------------------------------------------------------|---------------------------------|-------------------------------------------------------------------------|---------------------------------|-----------------------------------------------------------------|
| Lợi nhuận trước thuế/năm                                         | 1,000                           |                                                                         |                                 |                                                                 |
| Tỷ lệ chủ động nguồn nguyên liệu cung cấp cho đơn hàng xuất khẩu | 0,392***                        | 1,000                                                                   |                                 |                                                                 |
| Tỷ lệ rau, quả xuất khẩu                                         | 0,438***                        | 0,526***                                                                | 1,000                           |                                                                 |
| Diện tích đất trồng hoặc vùng nguyên liệu trồng rau, quả         | 0,835***                        | 0,374**                                                                 | 0,340***                        | 1,000                                                           |

(Nguồn: tính toán của tác giả)

## **TÓM TẮT CHƯƠNG 4**

Nhìn chung, chương 4 dựa trên khung phân tích chuỗi liên kết theo phương pháp luận ValueLink của GTZ kết hợp với phân tích M4P; đã xây dựng sơ đồ chuỗi giá trị sản phẩm đối với rau quả với thanh long xuất khẩu như là ví dụ minh họa, phân tích đặc điểm của từng chủ thể/ tác nhân trong chuỗi, nội dung từng công đoạn và bản chất của các hình thức liên kết, các mối quan hệ của các thành phần trong chuỗi. Qua đó, cũng đã trình bày các điều kiện cần có của mô hình liên kết ngang, liên kết dọc. Chương 4 cho thấy mô hình liên kết ngang với hình thức HTX mang lại nhiều ưu thế cho các nông hộ. Ngoài ra, tác giả cũng đã phân tích các yếu tố tác động đến hiệu quả kinh doanh chuỗi liên kết rau quả tươi xuất khẩu Vùng KTTĐPN thông qua phân tích các mối tương quan giữa các biến số trong hàm hồi quy, từ đó đưa ra các nhận định để thấy rõ hơn các vấn đề, yếu tố có liên quan, ảnh hưởng đến chuỗi liên kết rau quả tươi xuất khẩu. Đây là các cơ sở để tác giả đề xuất Kết luận và gợi ý chính sách tại Chương 5.

## CHƯƠNG 5.

### KẾT LUẬN VÀ HÀM Ý CHÍNH SÁCH

Trên cơ sở phân tích các thông tin ở các chương trên, việc chuẩn hóa ba yếu tố quan trọng để phù hợp với yêu cầu tiếp cận các chuỗi cung ứng rau quả tươi trên thế giới, đó là: sản phẩm (chất lượng, an toàn, hình thái, mẫu mã), quy trình sản xuất và hệ thống quản trị sản xuất – kinh doanh đóng vai trò rất quan trọng. Song song đó, việc chia sẻ văn hóa liên kết, tầm nhìn, trách nhiệm và chi phí giữa các thành viên trong chuỗi trong việc lựa chọn chiến lược xâm nhập thị trường trọng điểm cũng cần được đẩy mạnh. Thúc đẩy xuất khẩu rau quả tươi, song song với đầu tư và thúc đẩy phát triển công nghiệp chế biến rau quả để nâng cao giá trị gia tăng của rau quả, cũng như đa dạng hóa sản phẩm cũng là những nội dung cần lưu ý để gia tăng hiệu quả trong liên kết xuất khẩu rau quả tươi.

#### 5.1. Hàm ý chính sách

Qua các phân tích kết quả ở chương 4 cho thấy một số vấn đề cần lưu ý trong chính sách của nhà nước đối với việc hình thành, thúc đẩy sự phát triển của các chuỗi liên kết xuất khẩu trong rau quả như sau:

##### 5.1.1. Tạo điều kiện thuận lợi hóa xuất khẩu đối với sản phẩm rau quả tươi

Phân tích ở chương 4 cho thấy tỷ lệ doanh nghiệp/ HTX/ nông hộ tiếp cận được với các chính sách hỗ trợ, khuyến khích chuyển đổi cơ cấu sản xuất cũng như liên kết chuỗi chỉ khoảng 31,7%, cho thấy tỷ lệ này còn khá hạn chế. Vì vậy, *cần rà soát và lựa chọn các hình thức hỗ trợ vốn, kỹ thuật* hiệu quả cho các tác nhân trong chuỗi liên kết rau quả từ sản xuất tới tiêu thụ. Theo đó, cần có những đánh giá sâu sát về hiệu quả của hỗ trợ từ Nhà nước và các tổ chức quốc tế đối với các tác nhân trong chuỗi để lựa chọn những hình thức hỗ trợ phù hợp đối với điều kiện và đặc điểm của từng nhóm tác nhân, từng địa phương và từng giai đoạn.

Song song đó, tiếp tục *hoàn thiện khung pháp lý* với các văn bản dưới luật để cụ thể hóa các quy định và các giải pháp khuyến khích liên kết sản xuất và tiêu thụ nông sản, tạo môi trường thuận lợi hóa xuất khẩu, bao gồm: Cải cách các thủ tục hành chính, đơn giản hóa các thủ tục kiểm hóa, thông quan; đẩy mạnh ứng dụng hải quan điện tử trong công tác xuất nhập khẩu. Thúc đẩy các hoạt động đàm phán, ký kết hiệp định, các quy định kiểm dịch thực vật với các nước để tạo điều kiện thuận lợi cho xuất khẩu rau quả của Việt Nam sang các nước như: Nhật Bản, Hàn quốc, Hoa Kỳ....nhất là đối với các sản phẩm rau quả có khả năng xuất khẩu nhiều và có giá trị cao như xoài, bưởi, thanh long, ....Ngoài ra, trong các trao đổi trực tiếp với các chuyên gia và một số doanh nghiệp xuất khẩu rau quả, để một nền kinh tế được phát triển đầy đủ, tạo cơ sở thuận lợi cho việc xác định tổng cầu cho một loại hàng hóa, sản phẩm nào đó, cần lưu ý *phát triển cả ba thị trường*, đó là: thị trường giao ngay, thị trường giao dịch B2B và thị trường giao sau cho sản phẩm nông nghiệp nói chung cũng như cho rau quả tươi nói riêng.

#### **5.1.2. Đẩy mạnh nghiên cứu và ứng dụng công nghệ bảo quản, sơ chế sau thu hoạch đối với rau quả tươi xuất khẩu**

Kết quả phân tích ở chương 4 cho thấy tỷ lệ sử dụng máy móc trong thu hoạch cũng như ứng dụng công nghệ tươi, nhà màng trong sản xuất rau quả tươi còn khá hạn chế. Điều này cho thấy cần đẩy mạnh việc ***nghiên cứu và ứng dụng công nghệ bảo quản, sơ chế sau thu hoạch*** để nâng cao chất lượng rau quả xuất khẩu của Vùng KTTĐPN, đáp ứng yêu cầu tiếp cận các thị trường ngoài nước cũng như xuất khẩu tại chỗ. Trong đó, lưu ý ứng dụng các kỹ thuật và công nghệ mới như ứng dụng sóng tĩnh điện kích hoạt vào các phân tử nước (hệ thống Denba) hoặc ứng dụng công nghệ khí quyển biến đổi và túi MAP có thể kéo dài thời gian bảo quản của rau quả tươi lên hơn 90 ngày, hoặc ứng dụng các công nghệ phổ biến như: Công nghệ hút Etylen và tăng nồng độ Ozone để khử nấm mốc hoặc vi khuẩn - Bluezone Fresh Preservation; Công nghệ đông lạnh nhanh IQF (Individually Quick Frozen). Ưu tiên hỗ trợ tín dụng, hỗ trợ thuế nhập khẩu cho các doanh nghiệp/ HTX mua các công

nghe và thiết bị liên quan để *xử lý rau quả sau thu hoạch*, nhất là các khâu sơ chế, chế biến, bảo quản và vận chuyển, thiết bị phân tích dư lượng thuốc bảo vệ thực vật, đặc biệt tại các địa điểm gần sân bay, bến cảng ...Ngoài ra, việc xuất khẩu rau quả tươi vào các thị trường cao cấp có giá trị cao như EU, Hoa Kỳ vẫn còn hạn chế như kết quả khảo sát ở chương IV, cho thấy cần *ứng dụng công nghệ cao* trong sản xuất – kinh doanh rau quả tươi để nâng cao chất lượng, tính an toàn, độ đồng đều, hiệu quả sản xuất và lợi nhuận thu được.

### 5.1.3. Thúc đẩy ứng dụng ICT (Information & Communications Technology) vào chuỗi liên kết rau quả tươi xuất khẩu

Kết quả của bảng tổng kết các thuận lợi và khó khăn ở chương 4 cũng cho thấy sự hạn chế và nhu cầu ứng dụng các phương pháp quản lý hiện đại, các ứng dụng ICT trong nông nghiệp, đặc biệt là các ứng dụng trong nông nghiệp công nghệ cao, *tận dụng hiệu quả các ứng dụng trong cuộc cách mạng công nghệ 4.0* đối với việc quản lý, vận hành và thực hành sản xuất nông nghiệp an toàn, bền vững và thân thiện với môi trường. Các hệ thống ứng dụng đó có thể bao gồm: (i) **Hệ thống thông tin hỗ trợ sản xuất:** được xây dựng trên cơ sở thu thập thông tin và dự báo về tình hình sản xuất nông nghiệp trong nước và một số quốc gia có liên quan. Phần thông tin dự báo thời tiết, dịch bệnh đóng vai trò khá quan trọng trong việc cung cấp cho doanh nghiệp cơ sở để ra các quyết định về sản xuất.; (ii) **hệ thống thông tin thị trường nông sản** có độ tin cậy cao, minh bạch và dự báo về sản xuất, tiêu thụ nông sản ở cả cấp quốc gia, địa phương để các tác nhân trong chuỗi tiếp nhận và chấp hành các khuyến cáo một cách kịp thời, mạnh mẽ hơn; (iii) **Hệ thống quản lý đất canh tác trên bản đồ số GIS:** dựa trên cơ sở dữ liệu đã được phân tích đối với từng loại cây trồng, vật nuôi, mùa vụ, các thay đổi của thời tiết, kết hợp với các tính toán về chi phí, doanh thu dự kiến để từ đó đưa ra các lựa chọn và giải pháp bố trí sản xuất, canh tác tối ưu trên khu đất, tính toán được lợi nhuận dự kiến cho từng phương án tổ chức sản xuất; (iv) **Hệ thống quản lý chuỗi cung ứng tích hợp truy xuất nguồn gốc sản phẩm và GIS:** dựa trên việc tích hợp công nghệ GIS

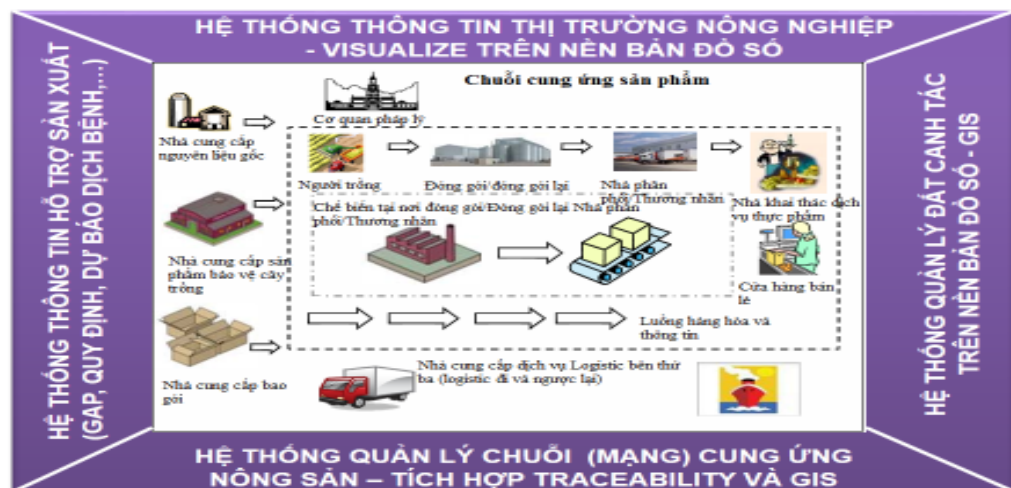
(Geographical Information System – hệ thống thông tin địa lý) với việc truy xuất nguồn gốc sản phẩm sẽ giúp nhà nhập khẩu hoặc người tiêu dùng có thể tìm hiểu về nguồn gốc của sản phẩm, tạo sự an tâm và tin tưởng trong tiêu dùng.



Hình 5.1: Mô hình kiểm soát thông tin truy xuất nguồn gốc

*Nguồn: Đề xuất của tác giả*

Qua các nội dung trên, tác giả gợi ý một mô hình ứng dụng ICT cần thiết cho chuỗi liên kết rau quả tươi xuất khẩu của Vùng KTTĐPN như mô hình sau:



Hình 5.2: Đề xuất mô hình ứng dụng ICT cho chuỗi liên kết rau quả tươi xuất khẩu vùng KTTĐPN

*Nguồn: Đề xuất của tác giả*

#### 5.1.4. Khuyến khích, hỗ trợ hình thành và phát triển hình thức Công ty cổ phần nông nghiệp và các HTX

Kết quả phân tích lợi nhuận, doanh thu và quy mô diện tích, quy mô lao động ở chương 4 đối với các hình thức cơ sở sản xuất cho thấy hình thức doanh nghiệp luôn luôn đạt kết quả cao nhất. Điều đó ngụ ý cho thấy cần hình thành và phát triển *hình thức Công ty cổ phần nông nghiệp và HTX*. Cần tập hợp nông dân trên cùng vùng quy hoạch sản xuất rau quả theo chuỗi liên kết ngang hoặc bằng cách gắn liền với một nhóm công ty có cơ sở bảo quản, chế biến hàng hóa có thương hiệu và có đầu ra phân phối sản phẩm có thương hiệu đó. Nông dân trong tổ hợp tác có thể thành lập hợp tác xã hoặc cụm sản xuất, chỉ chuyên trồng/sản xuất một chủng loại rau quả theo đúng chuẩn VietGAP hoặc GlobalGAP mà thị trường đòi hỏi. Toàn bộ tổ hợp tác/ nông dân và các công ty chế biến tiêu thụ sẽ hình thành một Công ty cổ phần nông nghiệp. Mục tiêu của Công ty cổ phần nông nghiệp là tổ chức nông dân thành những HTX, tập đoàn sản xuất hoặc cụm sản xuất rau quả theo phương thức hiện đại đạt yêu cầu tiếp cận thị trường để cung cấp cho doanh nghiệp chế biến tiêu thụ với giá trị cao. Gắn kết chuỗi giá trị sản xuất rau quả, từ nguyên liệu đến thành phẩm đưa ra thị trường, để lợi tức được phân bổ hợp lý cho các thành phần tham dự, trong đó bảo đảm cho nông dân luôn luôn có cơ hội tích lũy lợi tức trong khi doanh nghiệp cũng bảo đảm mức thu nhập.

#### 5.1.5. Xây dựng chiến lược “xác định rõ thị trường tập trung và sản phẩm chủ lực”

Kết quả khảo sát về chủng loại cây trồng ở chương 4 cho thấy cần ***tập trung đầu tư sản xuất và phát triển các loại rau quả có triển vọng xuất khẩu*** tốt trong khu vực Vùng KTTĐPN. Trong đó, chiến lược “xác định rõ thị trường tập trung và sản phẩm chủ lực” là yếu tố quyết định thành công cho mỗi địa phương trong Vùng KTTĐPN. Hai căn cứ để xác định sản phẩm và thị trường mục tiêu, đó là: Lợi thế cạnh tranh và cơ hội thị trường hiện hữu. Về lợi thế cạnh tranh, cần xác định rõ mức độ cạnh tranh giữa Vùng KTTĐPN, từng tỉnh thành trong Vùng với các Vùng khác ở Việt Nam và các nước khác, tập trung trong khu vực Đông Nam Á (do các quốc

gia này có nhiều điều kiện tương đồng với nước ta về sản phẩm và khí hậu, thời tiết). Còn về cơ hội thị trường hiện hữu, bao gồm khả năng xâm nhập thị trường hiện tại hoặc khả năng mở rộng sang thị trường mới bằng cách tạo ra giá trị mới.

Theo Bộ Nông nghiệp và phát triển nông thôn và khảo sát về giá trị xuất khẩu một số loại rau quả của Việt Nam trong thời gian qua cho thấy các loại rau quả có triển vọng xuất khẩu tốt trong khu vực Vùng KTTĐPN có thể kể đến như:

- Rau: Dưa leo baby, cà chua, rau gia vị, tỏi, hành, ớt, rau diếp, gừng, măng tây, khổ qua, cà tím, nấm (nấm bào ngư, nấm rơm, nấm tai mèo, nấm mỡ) ...
- Trái cây: Thanh long, xoài, bưởi, chôm chôm, nhãn, dưa hấu, chuối, đu đủ, măng cầu

Theo đó, các loại rau quả trên đều phù hợp với thổ nhưỡng và điều kiện thời tiết, khí hậu của các địa phương trong Vùng KTTĐPN. Cần lưu ý đẩy mạnh liên kết trong vùng, trong đó, chọn thị trường trong tâm với các sản phẩm chủ lực như:

Bảng 5.1: Một số gợi ý về thị trường và sản phẩm rau quả tươi cho các địa phương Vùng KTTĐPN

| TT | Thị trường   | Sản phẩm                                                                    | Địa phương                                    |
|----|--------------|-----------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------|
| 1  | Hoa Kỳ       | Dưa chuột, củ hành, nấm, thanh long                                         | Đồng Nai, TP Hồ Chí Minh, Long An, Tiền Giang |
| 2  | Nhật Bản     | Xoài, thanh long, chuối, dưa, đu đủ, xoài, bơ, đậu bắp, cà tím, khoai lang, | Tiền Giang, Đồng Nai                          |
| 3  | Hà Lan/ Pháp | Rau gia vị, măng tây, bưởi, xoài, thanh long                                | TP Hồ Chí Minh, Long An, Bình Dương, Đồng Nai |
| 4  | Trung quốc   | Thanh long, dưa hấu, chôm chôm, gừng, nghệ                                  | Long An, Tiền Giang                           |
| 5  | Đài Loan     | Rau diếp, Măng tây, Chôm chôm, thanh long                                   | Đồng Nai, Tiền Giang                          |
| 6  | Singapore    | Măng tây, cà chua, bưởi, nấm                                                | Tây Ninh, Long An, Tiền Giang                 |
| 7  | Nga          | Măng tây, nấm, cà tím,                                                      | Tây Ninh, Tiền Giang,                         |
| 8  | Malaysia     | Ớt, cà chua, cà tím                                                         | TP Hồ Chí Minh, Tây Ninh,                     |
| 9  | Hàn quốc     | Ớt, cà chua, bắp cải, nấm, gừng                                             | TP Hồ Chí Minh, Tây Ninh, Đồng Nai            |

*Nguồn: Tổng hợp của tác giả*

Ngoài các gợi ý về 1 số chủng loại rau quả trên, cần lưu ý tận dụng thế mạnh của từng địa phương trong mối quan hệ liên kết kinh tế tổng thể và quy hoạch phát triển kinh tế Vùng (bao gồm cả công nghiệp, xây dựng, giao thông, thương mại, dịch vụ, khoa học công nghệ, nông nghiệp....) để xác định thế mạnh về nông nghiệp của mỗi địa phương cần tập trung như:

- Long An: Tập trung phát triển công nghiệp sơ chế và chế biến thực phẩm. Do có lợi thế là địa phương nằm kế Thành phố Hồ Chí Minh, đầu ngỏ của 13 tỉnh thuộc khu vực đồng bằng sông Cửu Long, Long An sẽ có lợi thế lớn để trở thành một nơi tập trung nguyên liệu từ các tỉnh đồng bằng sông Cửu long để bảo quản, sơ chế và chế biến và cung cấp cho Thành phố Hồ Chí Minh
- Tiền Giang: tập trung thành vùng trồng rau quả đặc sản như xoài, bưởi, thanh long, cam sành, rau ăn lá, rau ăn củ...cung cấp nguyên liệu cho Long An chế biến vì đây là vùng đất màu mỡ, có thể trồng được nhiều đặc sản trái cây địa phương có giá trị xuất khẩu cao và người dân cũng có kinh nghiệm, tay nghề lâu năm trong lĩnh vực làm vườn.
- Bình Dương: Tập trung phát triển dịch vụ logistics nội địa, điều hòa và lưu chuyển rau quả trong nước với hệ thống dịch vụ kho bãi, vận chuyển và giao nhận hàng hóa tại khu công nghiệp Sóng Thần.
- Bình Phước: Tập trung thành vùng sản xuất nguyên liệu với các loại rau quả như chanh dây, cam, bơ, bưởi, ớt, cà tím, rau ăn củ...do đất nông nghiệp ở tỉnh còn nhiều, có khả năng hình thành những trang trại, đồn điền để canh tác với qui mô lớn và thuận lợi cho việc áp dụng ICT, ứng dụng công nghệ cao trong nông nghiệp.
- Đồng Nai: tập trung phát triển vùng nguyên liệu cây ăn trái đặc sản như chôm chôm, bưởi, cam, rau ăn lá, rau ăn quả
- Tây Ninh: Tập trung phát triển vùng nguyên liệu trồng rau ăn củ quả, ớt, cà tím và thương mại nông sản thông qua hệ thống cửa khẩu biên giới kết nối với Campuchia.

- Bà Rịa – Vũng Tàu: Tập trung phát triển dịch vụ logistics xuất khẩu bằng đường biển do có hệ thống cảng biển thuận lợi cùng các dịch vụ logistics chuyên nghiệp.
- Thành phố Hồ Chí Minh: Tập trung phát triển nghiên cứu và cung ứng về giống và dịch vụ trong nông nghiệp, phát triển logistics bằng đường hàng không do có lợi thế về đầu mối tiếp nhận và giao lưu khoa học kỹ thuật, có cảng hàng không quốc tế Tân Sơn Nhất

#### **5.1.6. Tăng cường khả năng huy động vốn đầu tư vào chuỗi liên kết rau quả tươi xuất khẩu**

Tỷ lệ tiếp cận vốn ưu đãi cũng như băng thuận lợi khó khăn ở chương 4 cũng cho thấy nhu cầu vốn để mở rộng sản xuất, đầu tư cho công nghệ cũng như mở rộng thị trường của các chủ thể sản xuất – kinh doanh rau quả tươi còn rất lớn và họ cũng đang gặp khó khăn trong vấn đề tiếp cận vốn vay ưu đãi. Điều này hàm ý các địa phương cần có chỉ đạo cho đại diện Ngân hàng nhà nước tại các địa phương (như Ngân hàng nhà nước chi nhánh TP. Hồ Chí Minh) làm việc với các ngân hàng thương mại, nhất là Ngân hàng Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn cho vay dự án (hoặc hợp đồng vay) của một chuỗi cung ứng nông sản theo *hình thức “bao thanh toán”*, tức ngoài việc dựa trên tài sản thế chấp, có thể cân nhắc dựa trên giá trị hợp đồng ký kết với các hệ thống phân phối sỉ và lẻ hiện đại trong nước như các siêu thị (Saigon Coop, Satra Mart, Maximark, Aeon, Lotte Mart...) hoặc các hợp đồng xuất khẩu cụ thể, cũng như căn cứ vào uy tín của các thành viên trong chuỗi, thể hiện qua hợp đồng kinh tế và uy tín tín dụng nhiều năm qua....

Nhà nước cần ban hành chính sách hỗ trợ việc *bảo lãnh vay ngân hàng* thông qua chỉ đạo cho Quỹ Bảo lãnh Tín dụng doanh nghiệp nhỏ và vừa hoặc Quỹ hỗ trợ xã viên của Liên minh các Hợp tác xã, bảo lãnh cho các tổ chức, doanh nghiệp hoặc các hợp tác xã có tình hình sản xuất, kinh doanh thuận lợi, có hiệu quả trong sản xuất - kinh doanh và có các hợp đồng liên kết tạo thành chuỗi cung ứng nông sản có nhu cầu vay vốn để mở rộng sản xuất, nâng cao khả năng cung ứng.

## **5.2. Hạn chế và hướng nghiên cứu tiếp theo**

### **5.2.1. Hạn chế của nghiên cứu**

Luận án chưa nghiên cứu được ảnh hưởng đến lĩnh vực/ sản phẩm và hình thức sở hữu, nghiên cứu tương quan giữa hiệu quả và mức độ liên kết của các tác nhân tham gia trong chuỗi liên kết rau quả tươi xuất khẩu.

### **5.2.2. Gợi ý hướng nghiên cứu tiếp theo**

Qua luận án, tác giả đề xuất vấn đề cần nghiên cứu tiếp theo là tập quán kinh doanh của doanh nhân Việt Nam nói chung cũng như doanh nhân hoạt động trong lĩnh vực nông nghiệp nói riêng như: mua bán thông qua trung gian, thích giao dịch thông qua chợ đầu mối và chợ truyền thống, thích dùng tiền mặt trong giao dịch, kinh doanh theo mặt tiền, coi trọng niềm tin vào cá nhân cụ thể, thích mạo hiểm, không ngại rủi ro, tính cục bộ địa phương trong quan hệ giao thương...Điều này sẽ góp phần quan trọng trong việc phân tích, nhận định và đề xuất các giải pháp phù hợp để phát huy các tập quán kinh doanh tích cực và hạn chế các tập quán kinh doanh tiêu cực, làm rõ hơn chủ đề về phát triển chuỗi liên kết để nâng cao hiệu quả xuất khẩu rau quả tươi Vùng KTTĐPN.

## KẾT LUẬN

Dựa trên các phân tích ở chương 4, chương 5 đề xuất một số hàm ý chính sách về phía nhà nước có liên quan đến chuỗi liên kết xuất khẩu rau quả tươi, bao gồm các vấn đề về cải cách hành chính, thuận lợi hóa thương mại, xây dựng chiến lược: sản phẩm chủ lực và thị trường trọng tâm”, bảo quản sau thu hoạch, ứng dụng ICT trong chuỗi. Bên cạnh đó, còn có các hàm ý chính sách đối với các doanh nghiệp như các vấn đề có liên quan đến hình thức tổ chức liên kết sản xuất, công nghệ sau thu hoạch, lựa chọn chiến lược sản phẩm xuất khẩu. Các giải pháp được đề xuất theo thứ tự quan trọng và tầm ảnh hưởng đến việc phát triển bền vững cũng như khả năng thúc đẩy chuỗi liên kết xuất khẩu rau quả tươi Vùng KTTĐPN. Các vấn đề này cần được tiếp cận một cách đồng bộ, mới có thể thúc đẩy gia tăng cả về số lượng lẫn chất lượng các chuỗi liên kết rau quả tươi xuất khẩu, cũng như nâng cao khả năng cạnh tranh rau quả tươi xuất khẩu của Vùng KTTĐPN.

Trong quá trình nghiên cứu luận án, không thể tránh khỏi những thiếu sót và khiếm khuyết, rất mong nhận được sự đóng góp ý kiến của các Thầy/ Cô để luận án được hoàn chỉnh và có được những đóng góp nhất định về mặt khoa học cũng như thực tiễn cho ngành nông nghiệp Việt Nam nói chung cũng như ngành hàng rau quả tươi của Vùng KTTĐPN nói riêng.

# DANH MỤC TÀI LIỆU THAM KHẢO

## Tài liệu tiếng Việt

1. Axis (2004). Dự án Chuỗi giá trị rau Thành phố Hồ Chí Minh
2. Axis. (2004). Dự án Chuỗi giá trị Bưởi Vĩnh Long
3. Axis. (2004). Dự án Chuỗi giá trị Nho Ninh Thuận
4. Axis. (2004). Dự án Chuỗi giá trị thanh long Bình Thuận.
5. Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn (2016). Thông tư số 15/2016/TT-BNNPTNT về hướng dẫn điều kiện và tiêu chí thụ hưởng hỗ trợ đầu tư phát triển kết cấu hạ tầng đối với hợp tác xã, liên hiệp hợp tác xã hoạt động trong lĩnh vực trồng trọt, chăn nuôi, lâm nghiệp, ngư nghiệp, diêm nghiệp, thủy lợi, ban hành ngày 10/6/2016.
6. Bộ Thương mại (2002). Đề án Đẩy mạnh xuất khẩu rau hoa quả thời kỳ 2001 – 2010.
7. Chi cục Phát triển nông thôn TPHCM (2012). Báo cáo tổng hợp nhanh kết quả điều tra tổ hợp tác, hợp tác xã và tình hình phát triển kinh tế tập thể đối với các chương trình nông nghiệp trọng điểm, ngày 19/10/2012 .
8. Cục Xúc tiến thương mại (2015). *Báo cáo thị trường rau quả Nhật Bản*, tháng 12/2015.
9. Đào Thế Anh & cộng sự (2005). *Phân tích ngành hàng rau tại tỉnh Thái Bình*. Viện Khoa học kỹ thuật Nông nghiệp Việt Nam, Bộ môn Hệ thống Nông nghiệp.
10. Đào Thế Anh & cộng sự (2006). *Phân tích ngành hàng rau tại tỉnh Hà Tây*. Viện Khoa học kỹ thuật Nông nghiệp Việt Nam, Bộ môn Hệ thống Nông nghiệp.
11. Hồ Thanh Sơn & Đào Thế Anh (2006). *Phân tích ngành hàng rau an toàn Hà Nội*. Viện Khoa học kỹ thuật Nông nghiệp Việt Nam, Bộ môn Hệ thống Nông nghiệp.

12. Hoàng Trọng và Chu Nguyễn Mộng Ngọc, 2008. *Phân tích dữ liệu nghiên cứu với SPSS*. Hồ Chí Minh: Nhà xuất bản Hồng Đức.
13. Hoàng Văn Việt (2014). Nghiên cứu đa dạng hóa thị trường tiêu thụ chuỗi giá trị bưởi da xanh Bến Tre. *Tạp chí Phát triển & Hội nhập*, số 16, trang 26.
14. Lê Đình Hải và Lê Ngọc Diệp (2016). Các nhân tố ảnh hưởng đến hiệu quả kinh tế sản xuất mía nguyên liệu ở quy mô nông hộ trên địa bàn xã Văn Lợi – huyện Quỳnh Hợp - tỉnh Nghệ An. *Tạp chí Khoa học và Công nghệ*, số 6, trang 201-207.
15. Nguyễn Anh Phong (2013). Nghiên cứu đề xuất chính sách và giải pháp nâng cao giá trị gia tăng cây ăn quả xoài - bưởi vùng Đồng bằng sông Cửu Long. *Viện Chính sách và Chiến lược Phát triển Nông nghiệp Nông thôn*.
16. Nguyễn Quốc Nghi và Lưu Thanh Đức Hải (2009). *Phân tích tình hình sản xuất, tiêu thụ và giải pháp nâng cao hiệu quả sản xuất khóm ở tỉnh Hậu Giang*. *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ*, số 12, trang 245-252.
17. Nguyễn Thị Tuyết Mai & Mai Thế Cường (2006). *Chiến lược xuất khẩu rau quả Việt Nam*, Dự án VIE 61/94, trang 20-21.
18. Nguyễn Tiến Dũng và cộng sự (2014). *Các yếu tố ảnh hưởng đến thu nhập của người nông dân trồng lúa ở Cần Thơ*. *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ*, số 31, trang 117-123.
19. Nguyễn Tiến Dũng và Lê Khương Ninh (2015). *Các yếu tố ảnh hưởng đến hiệu quả kinh tế trong sản xuất lúa của nông hộ ở Thành phố Cần Thơ*. *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ*, số 36, trang 116-125.
20. Nguyễn Tuấn Kiệt (2017). Phân tích hiệu quả hoạt động sản xuất lúa của chương trình cùng nông dân ra đồng với doanh nghiệp tại huyện Vĩnh Hưng, tỉnh Long An. *Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ*, số 50, trang 45-51.

21. Nguyễn Văn Tiến và Phạm Lê Thông (2014). *Phân tích hiệu quả kinh tế của nông hộ trồng sen trên địa bàn tỉnh Đồng Tháp*. Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ, số 30, trang 120-128.
22. Phan Thị Giác Tâm (2008). Đánh giá hiệu quả các hệ thống cung ứng rau tại tỉnh Lâm Đồng. Đại học Nông Lâm TPHCM.
23. Thủ tướng chính phủ (2012). Quyết định 418/QĐ-TTg về phê duyệt chiến lược phát triển khoa học và công nghệ giai đoạn 2011- 2020, ban hành ngày 11/4/2012.
24. Thủ tướng chính phủ (2012). Quyết định 1895/QĐ-TTg về phê duyệt chương trình phát triển nông nghiệp ứng dụng công nghệ cao, ban hành ngày 17/12/2012
25. Thủ tướng chính phủ (2013). Quyết định số 62/2013/QĐ-TTg về chính sách khuyến khích phát triển hợp tác, liên kết sản xuất gắn với tiêu thụ nông sản, xây dựng cánh đồng lớn, ban hành ngày 25/10/2013.
26. Thủ tướng chính phủ (2015). Nghị định số 55/2015/NĐ-CP về chính sách tín dụng phục vụ phát triển nông nghiệp, nông thôn, ban hành ngày 09/6/2015.
27. Thủ tướng chính phủ (2018). Nghị định số 57/2018/NĐ-CP về cơ chế, chính sách khuyến khích doanh nghiệp đầu tư vào nông nghiệp, nông thôn, ban hành ngày 17/4/2018.
28. Thủ tướng chính phủ (2018). *Nghị định số 58/2018/NĐ-CP về bảo hiểm nông nghiệp*, ban hành ngày 18/4/2018.
29. Thủ tướng chính phủ (2018). Nghị định số 98/2018/NĐ-CP về chính sách khuyến khích phát triển liên kết, hợp tác trong sản xuất và tiêu thụ sản phẩm nông nghiệp, ban hành ngày 05/7/2018.
30. Trần Thị Ba (2008). Chuỗi cung ứng rau đồng bằng sông Cửu Long theo hướng GAP. Đại học Cần Thơ.
31. Trần Tiến Khai & cộng sự (2011). Báo cáo nghiên cứu phân tích chuỗi giá trị dừa Bến Tre. Dự án Phát triển Kinh doanh với người nghèo Bến Tre. UBND tỉnh Bến Tre.

32. Trịnh Thanh Nhân (2015). *Các yếu tố hạn chế năng suất và lợi nhuận trồng mía tại tỉnh Sóc Trăng*. Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ, số 39, trang 52-60.
33. Ủy ban nhân dân TPHCM (2015). Quyết định 21/2015/QĐ-UBND quy định chính sách khuyến khích áp dụng quy trình thực hành sản xuất nông nghiệp tốt trong nông nghiệp và thủy sản trên địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh, ban hành ngày 14/5/2015.
34. Ủy ban nhân dân TPHCM (2015). Quyết định 50/2015/QĐ-UBND quy định về thực hiện Chương trình kích cầu đầu tư của Thành phố Hồ Chí Minh, ban hành ngày 30/10/2015.
35. Ủy ban nhân dân TPHCM (2018). Quyết định số 655/QĐ-UBND quy định về khuyến khích chuyển dịch cơ cấu nông nghiệp đô thị trên địa bàn thành phố giai đoạn 2017 – 2020, ban hành ngày 12/2/2018.
36. Ủy ban nhân dân TPHCM (2016). Quyết định số 04/2016/QĐ-UBND quy định về khuyến khích chuyển dịch cơ cấu kinh tế nông nghiệp đô thị trên địa bàn thành phố giai đoạn 2016 – 2020, ban hành ngày 23/2/2016.
37. Viện nghiên cứu chính sách lương thực quốc tế (2002). Ngành rau quả ở Việt Nam: Tăng giá trị từ khâu sản xuất đến tiêu dùng.
38. Viện Nghiên cứu Kinh tế Nông nghiệp LEI (2000). *Chuỗi cung ứng nông sản Thái Lan*. Đại học Wageningen
39. Võ Thị Thanh Lộc & Nguyễn Phú Sơn (2012). *Phân tích chuỗi giá trị hành tím tỉnh Sóc Trăng*. Tạp chí khoa học Đại học Cần Thơ, số 266, trang 3.

### **Tài liệu tiếng Anh**

40. Bäckstrand, J. (2007). *Levels of interaction in supply chain relations* (Doctoral dissertation, Department of Industrial Engineering and Management, School of Engineering).
41. Barratt, M., & Oliveira, A. (2001). *Supply chain model of Hewlett-Packard*.

42. Callioni, G., & Billington, C. (2001). *Effective collaboration*. OR/MS Today, 28(5), 34-39.
43. Corbett, C. J., Blackburn, J. D., & Van Wassenhove, L. N. (1999). *Partnerships to improve supply chains*. MIT Sloan Management Review, 40(4), 71.
44. David Ricardo (1817). The theory of comparative advantage
45. Friedman, T. (2005). *The world is flat*. New York: Farrar, Straus and Giroux, 488.
46. GTZ (2007). Value Links Manual: The Methodology of Value Chain Promotion. First Edition.
47. Handfield, R. B. (2010). Planning for the Inevitable: The Role of the Federal Supply Chain in Preparing for National Emergencies. IBM Center for Government, Published Report.
48. Hirschman, A. O. (1958). *The strategy of economic development*(No. 04; HD82, H5.).
49. Hyuha, T. S., Bashaasha, B., Nkonya, E., & Kraybill, D. (2007). Analysis of profit inefficiency in rice production in Eastern and Northern Uganda. African Crop Science Journal, 15(4).
50. Kaplinsky, R., & Morris, M. (2000). *A handbook for value chain research* (Vol. 113). University of Sussex, Institute of Development Studies.
51. Kolawole, O. (2006). Determinants of profit efficiency among small scale rice farmers in Nigeria: A profit function approach. Research Journal of Applied Sciences, 1(1), 116-122.
52. Lio, M., & Liu, M. C. (2006). *ICT and agricultural productivity: evidence from cross-country data*. Agricultural Economics, 34(3), 221-228.
53. M4P (2008). Making value chains work better for the poor. A toolbox for practitioners of value chain analysis. 3<sup>rd</sup> version. M4P Project, UK DFID.
54. Mighell, R. L., & Lawrence, A. J. (1963). *Vertical coordination in agriculture*.

- 55.Ogunniyi, L. T. (2011). Profit efficiency among maize producers in Oyo state, Nigeria. *ARPN J. Agric. Biol. Sci*, 6, 11-17.
- 56.Oladeebo, J. O., & Oluwaranti, A. S. (2012). *Profit efficiency among cassava producers: Empirical evidence from South western Nigeria*. *Journal of Agricultural Economics and Development*, 1(2), 46-52.
- 57.Porter M. E (1985). *Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*, New York.
- 58.Porter M. E (2012). *The Competitive advantages of Nations*. NXB Trê, TPHCM
- 59.Pray, C.E. & Fuglie, K.O. (2000). Policies for private agricultural research in Asian LDCs". Paper presented at the XXIV International Conference of Agricultural Economists, Berlin, Germany.
- 60.Ramanathan, R., 2002. *Introductory econometrics with applications*.
- 61.Springer-Heinze, A. (2007). *ValueLinks Manual: The methodology of value chain promotion*.
- 62.Tania (2012). *EU Exporter Guide for Fresh Fruit and Vegetables*. Global Agricultural Information Network, USDA
- 63.US – Canada supply chain section 3 (2009). Free Press
- 64.Van der Vorst, J. G., Da Silva, C., & Trienekens, J. H. (2007). *Agro-industrial supply chain management: concepts and applications*. FAO.
- 65.Vermeulen, S., Woodhill, A. J., Proctor, F., & Delnoye, R. (2008). Chain-wide learning for inclusive agrifood market development: a guide to multi-stakeholder processes for linking small-scale producers to modern markets. International Institute for Environment and Development. IIED, CD&IC, Wageningen University & Research Center

66. White, H., 1980. A heteroskedasticity-consistent covariance matrix estimator and a direct test for heteroskedasticity. *Econometrica: Journal of the Econometric Society*, 817-838.

### **Websites:**

67. Asia Fruit – <http://www.fruitnet.com/#asiafruit>
68. Bản đồ thương mại, Trung tâm thương mại quốc tế (ITC) – [http://www.trademap.org/cbi/Country\\_SelProduct\\_TS.aspx](http://www.trademap.org/cbi/Country_SelProduct_TS.aspx)
69. Bản đồ tiếp cận thị trường, Trung tâm thương mại quốc tế (ITC) – <http://www.macmap.org/AdvancedSearch/RawData/TradeByCountry.aspx>
70. Bộ Kế hoạch & Đầu tư Việt Nam – <http://www.mpi.gov.vn/Pages/htx.aspx>
71. Bộ Nông nghiệp và Nông sản thực phẩm Canada – <http://www.agr.gc.ca/eng/industry-markets-and-trade/value-chain-roundtables/?id=1385758087741>
72. Cơ sở dữ liệu thương mại thế giới của Liên Hiệp quốc - <https://comtrade.un.org/data/>
73. Cổng thông tin điện tử Chính phủ: <http://www.chinhphu.vn/portal/page/portal/chinhphu/vungkinhtetrongdiemquocgia?categoryId=881>
74. Cục Xúc tiến thương mại thuộc Bộ Công thương Việt Nam - <http://www.vietrade.gov.vn/rau-qu.html>
75. Euromonitor – <http://www.euromonitor.com/fresh-food>
76. Hiệp hội rau quả Việt Nam – [http://www.vinafruit.com/web/index.php?option=com\\_contentlist&cat=2](http://www.vinafruit.com/web/index.php?option=com_contentlist&cat=2)
77. Sở Nông Nghiệp và PTNT TPHCM - <http://sonongnghiep.hochiminhcity.gov.vn/tonghop/default.aspx?Source=%2ftonghop&Category=Ch%C6%B0%C6%A1ng+tr%C3%ACnh+-+b%C3%A1o+c%C3%A1o&ItemID=806&Mode=1>

78. Tạp chí Cộng Sản: [http://www.tapchiconsan.org.vn/details.asp?Object=4&news\\_ID=18642666](http://www.tapchiconsan.org.vn/details.asp?Object=4&news_ID=18642666)
79. Tổ chức hỗ trợ nhập khẩu vào EU từ các nước đang phát triển của Hà Lan - <https://www.cbi.eu/market-information/fresh-fruit-vegetables/>
80. Tổ chức xúc tiến xuất khẩu Nhật Bản (JETRO) – <http://www.ide.go.jp/English/Research/Region/Asia/index.html/>
81. Tổng cục Hải quan Việt Nam – <https://www.customs.gov.vn/Lists/TinHoatDong/ViewDetails.aspx?ID=24948&Category=Tin%20n%E1%BB%95i%20b%E1%BA%ADt>
82. Tổng cục Thống kê Việt Nam - <http://www.gso.gov.vn/default.aspx?tabid=621>
83. Viện Khoa học và Kỹ thuật miền nam - <http://iasvn.org/?op=search&key=rau%20qu%E1%BA%A3&page=5.html>
84. Vụ Kế Hoạch - Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Việt Nam – <http://vukehoach.mard.gov.vn/Default.aspx?baocaoquyhoach>