

**PHÂN PHỐI LỢI ÍCH VÀ CHI PHÍ TRONG CHUỖI GIÁ TRỊ NGHÊU
TRẮNG (*Meretrix lyrata*, Sowerby, 1851) Ở TỈNH TRÀ VINH
COST-BENEFIT DISTRIBUTION IN THE VALUE CHAIN OF HARD CLAM
(*Meretrix lyrata*, Sowerby, 1851) IN TRA VINH PROVINCE**

Huỳnh Văn Hiền^(1*) và Lê Xuân Sinh⁽¹⁾

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

^(*)*Email: hvanhien@ctu.edu.vn*

ABSTRACT

Hard clam is a major species which ranks the second importance after black tiger shrimp in the strategy for development of coastal aquaculture in Tra Vinh province where good advantages for development of coastal aquaculture. This study was conducted from December 2010 to June 2011, by investigating all chain actors of hard clam value chain in Tra Vinh, aiming to obtain a better understanding on the current situation and to suggest a set of solutions for further development of value chain of this species, with the emphasis given to the cost-benefit distribution between chain actors.

There are 3 major marketing channels of hard clam value chain in Tra Vinh as follows:

- (1) Channel 1: *Grow-out farms → Traders of raw clams → Processors → International markets (93.1% of total production of raw clams).*
- (2) Channel 2: *Grow-out farms → Traders of raw clams → Regional/Central market in Hochiminh City → Retailers → Local consumers (2.7% of total production of raw clams).*
- (3) Channel 3: *Grow-out farms → Traders of raw clams → Retailers → Local consumers (4.2% of total production of raw clams).*

Channel 1 was the most important one with the total added value of the chain was 22,200 VND/kg, of which processors took away the largest part (35.7%), followed by grow-out farms (34.3%), and then traders (30.0%). The profit or total net added value of the whole chain of channel 1 was 15,300 VND/kg, of which grow-out farms received 49.6%, traders shared 34.1%, and the last was processors (16.3%). However, the analysis using total production of raw clams shared by each group of chain actor showed that the processors outside of Tra Vinh province obtained the highest net income level (76.3%). Therefore, not much profit was created and received by the actors in Tra Vinh where grow-out farms received 18.5%, only. The development strategy of hard clam value chain, the cost-benefit distribution, as well as the production value for Tra Vinh province are detailed in this paper.

Keywords: *Added value, chain actors, hard clam, marketing channel.*

TÓM TẮT

Nghêu trắng là đối tượng chủ lực thứ hai sau tôm sú trong chiến lược phát triển nuôi trồng thủy sản ven biển của tỉnh Trà Vinh nơi có nhiều điều kiện thuận lợi cho nuôi thủy sản mặn lợ nhưng tỉnh vẫn chưa khai thác được các lợi thế sẵn có của đối tượng này. Nghiên cứu này được thực hiện từ tháng 12/2010 đến tháng 06/2011 trên cơ sở khảo sát tất cả các nhóm tác nhân tham gia chuỗi nhằm hiểu rõ thực trạng và đề xuất các giải pháp phát triển chuỗi giá trị nghêu ở tỉnh Trà Vinh, trong đó nhấn mạnh việc phân phối lợi ích-chi phí giữa các tác nhân chuỗi.

Có 3 kênh phân phối sản lượng trong chuỗi giá trị nghêu ở Trà Vinh như sau:

- (1) Kênh 1: *Cơ sở nuôi nghêu → Thương lái → Nhà máy chế biến xuất khẩu → Thị trường quốc tế (chiếm 93,1% tổng sản lượng);*

(2) Kênh 2: *Cơ sở nuôi nghêu → Thương lái nghêu thương phẩm → Chợ đầu mối → Người bán lẻ → Người tiêu dùng nội địa (chiếm 2,7% tổng sản lượng);*

(3) Kênh 3: *Cơ sở nuôi nghêu → Thương lái nghêu thịt → Người bán lẻ → Người tiêu dùng nội địa (chiếm 4,2% tổng sản lượng).*

Kênh 1 là kênh quan trọng nhất, tạo ra tổng giá trị gia tăng (GTGT) của toàn chuỗi là 22,2 ngàn đồng/kg và các nhà máy chế biến (NMCB) nhận được 35,7% GTGT, kể đến là cơ sở nuôi nghêu thương phẩm (34,3%) và thương lái nghêu thương phẩm (30,0%). Lợi nhuận hay giá trị gia tăng thuần (GTGTT) của toàn chuỗi của kênh 1 là 15,3 ngàn đồng/kg, trong đó các cơ sở nuôi thương phẩm có GTGTT cao nhất (49,6%), sau đó là thương lái nghêu thương phẩm (34,1%) và các NMCB (16,3%). Tuy nhiên, khi phân tích theo qui mô sản lượng sản xuất kinh doanh của từng tác nhân thì lợi nhuận tập trung hầu hết cho các NMCB ở ngoài tỉnh Trà Vinh (76,3%). Vì vậy, mức lợi nhuận/tác nhân theo kênh này không tạo được nhiều giá trị sản xuất cho Trà Vinh trong khi lợi nhuận của các cơ sở nuôi trong tỉnh chỉ chiếm 18,5%. Chiến lược phát triển ngành hàng nghêu và phân phối lợi ích-chi phí cũng như tạo thêm giá trị sản xuất và GTTT cho tỉnh Trà Vinh được đề cập chi tiết trong báo cáo này.

Từ khoá: *Giá trị gia tăng, kênh phân phối, nghêu trắng, tác nhân chuỗi.*

GIỚI THIỆU

Nghêu có vai trò rất quan trọng trong phát triển kinh tế-xã hội ở vùng ven biển của Trà Vinh. Diện tích, sản lượng và giá trị sản xuất nghêu của Trà Vinh không ngừng tăng lên từ 2005-2010. Năm 2005, diện tích nuôi nghêu của Trà Vinh là 640 ha, sản lượng đạt 1.297 tấn với 6.612 triệu đồng. Năm 2010, diện tích nuôi nghêu thương phẩm toàn tỉnh đạt 3.500 ha với 3.500 tấn và mang lại tổng giá trị 106,000 triệu đồng. Thống kê cho thấy: diện tích, sản lượng và giá trị ngành hàng nghêu của Trà Vinh không ngừng tăng lên, trung bình hàng năm diện tích tăng 25,3% (từ 2005-2010) và sản lượng tăng trung bình là 17,7% (Lê Hoàng Bảo, 2010; Sở NN&PTNT, 2008-2010). Mặc dù diện tích nuôi nghêu không ngừng tăng lên hàng năm nhưng diện tích này mới chỉ chiếm khoảng 19,6% diện tích bãi bồi ven biển của toàn tỉnh (Lê Hoàng Bảo, 2010). Nghêu giống là một trong những mối quan tâm hàng đầu của các cơ sở nuôi nghêu hiện nay nhưng phụ thuộc nhiều vào điều kiện thời tiết mỗi năm do vậy sản lượng nghêu giống cung cấp hàng năm không ổn định (Nguyễn Đình Hùng, 2000). Theo nghiên cứu của Lê Xuân Sinh (2007) thì các cơ sở nuôi nghêu tại Trà Vinh chỉ chủ động được khoảng 10-15% lượng nghêu giống và phần còn lại được mua từ các tỉnh khác. Theo kết quả nghiên cứu của Lê Xuân Sinh & *ctv* (2007) cho thấy, việc liên kết giữa các tác nhân trong sản xuất nghêu chưa được tốt, nhất là khâu tiêu thụ nghêu thương phẩm từ đó dẫn đến phân phối lợi nhuận chưa hợp lý giữa các tác nhân tham gia trong ngành hàng này. Hiện có rất nhiều trung gian tham gia tiêu thụ nghêu giống và nghêu thương phẩm trong khi các cơ sở nuôi nghêu rất khó tiếp cận với các nhà máy chế biến (NMCB) nghêu. Theo Lê Tân Thới (2010) cho thấy, phân phối về thu nhập chưa hài hoà của các tác nhân tham gia trong ngành hàng nghêu ở đồng bằng sông Cửu Long. Do đó, việc phân tích phân phối lợi ích và chi phí giữa các tác nhân tham gia trong chuỗi giá trị nghêu ở Trà Vinh cần được nghiên cứu nhằm nâng cao hiệu quả sản xuất của chuỗi giá trị và hài hoà lợi ích-chi phí cũng như tạo thêm giá trị sản xuất và giá trị gia tăng cho tỉnh Trà Vinh.

PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

Số liệu thứ cấp được thu thập qua các tài liệu có liên quan đã được xuất bản trong và ngoài nước. Số liệu sơ cấp được phỏng vấn trực tiếp các tác nhân có liên quan. Tổng quan sát mẫu là 60, bao gồm các nhóm tác nhân sau: (1) 10 hộ khai thác nghêu giống tự nhiên, (2) 4 cơ sở sản xuất giống nhân tạo ngoài tỉnh, (3) 20 cơ sở ương nghêu giống trong và ngoài tỉnh (4) 8 Thương lái mua bán nghêu giống trong và ngoài tỉnh (5) 9 cơ sở nuôi nghêu thương phẩm, (6) 2 thương lái mua bán nghêu thương phẩm, (7) 02 cơ sở bán lẻ nghêu thương phẩm (8) 5 nhà máy chế biến nghêu trong và ngoài tỉnh Trà Vinh.

Qui ước chung về tính tỷ lệ phân phối lượng sản phẩm trong sơ đồ chuỗi giá trị:

- Số lượng thành phẩm đều được qui đổi về nguyên liệu khi tính toán.
- Lượng sản phẩm đầu ra của tác nhân này là đầu vào của tác nhân tiếp theo.
- Tổng số lượng sản phẩm đầu vào của tác nhân đầu tiên phải là 100% và đầu ra của các tác nhân cuối cùng cũng phải là 100% (định luật bảo toàn khối lượng). Số lượng đầu vào và đầu ra của mỗi tác nhân phải bằng nhau.
- Sự chuyển đổi sản phẩm của các tác nhân cùng cấp không được tính toán trong sơ đồ chuỗi giá trị.

KẾT QUẢ THẢO LUẬN

Mô tả các tác nhân tham gia trong chuỗi giá trị nghêu ở Trà Vinh

Khai thác, sản xuất và ương nghêu giống

Khai thác nghêu giống tự nhiên

Đối với ngư dân khai thác tự do, trung bình thời gian khai thác nghêu tự do ở Trà Vinh là 3-4 tháng (tháng 4– 8 Âm) và 24-25 ngày/tháng. Người khai thác nghêu giống tự do thu nhập trung bình là 115,7 ngàn đồng/người/ngày ($\pm 110,6$). Sau khi trừ chi phí thì trung bình mỗi người khai thác tích lũy được 92,1 ngàn đồng/người/ngày ($\pm 75,2$). Do khai thác nghêu giống tự do không thể ước tính sản lượng và kích cỡ khi bán nên chỉ tính được thu nhập và tích lũy của nhóm tác nhân này.

Ngoài khai thác nghêu giống tự do ở bãi biển thì ở Trà Vinh có 4/9 cơ sở nuôi nghêu có bán nghêu. Năng suất nghêu giống trung bình của các cơ sở nuôi nghêu có bán ra trong năm 2010 là 22,5 kg/ha/năm với kích cỡ trung bình khá lớn (142,2 ngàn con/kg) nên giá bán cũng cao (2,5 triệu đồng/kg) và thu 56,3 triệu đồng/ha/năm.

Sản xuất giống nghêu nhân tạo

Chi phí xây dựng trại SXG bình quân là 335,8 triệu đồng/trại với công suất thiết kế 92,5 triệu con giống/trại/năm, dao động rất lớn từ 20 - 150 triệu con giống/năm. Số lượng nghêu bố mẹ khoảng 1.300 con/đợt và kích cỡ bình quân 25,5 con/kg trong thời gian từ 1 - 3 ngày. Lượng ấu trùng thu được/kg nghêu bố mẹ là 2,5 triệu con, dao động từ 1 - 6 triệu ấu trùng/kg tùy thuộc vào mùa thành thực của nghêu bố mẹ ngoài tự nhiên. Mật độ ương ấu trùng 6.750 con/lít (± 1.920) và thời gian ấu trùng xuống đáy đều là sau 5 ngày.

Thời gian ương nghêu cấp I trung bình là 41,5 ngày ($\pm 1,51$) với tỷ lệ sống trung bình 20,8% ($\pm 12,1$). Riêng giai đoạn nghêu cấp II, có tỷ lệ sống bình quân 5,5%. Sản lượng nghêu cấp II trung bình là 4,0 triệu con/đợt ($\pm 3,0$) và được bán hầu hết cho thương lái.

Tổng chi phí sản xuất trung bình của các trại là 24,2 triệu đồng/năm ($\pm 7,1$), trong đó chi phí cố định chiếm 37,5% ($\pm 8,1$) trong tổng chi phí sản xuất. Thu nhập từ SXG nghêu/đợt khoảng 98,7 triệu đồng/đợt và lợi nhuận khoảng 74,6 triệu đồng/đợt, tùy thuộc vào qui mô trại và trình độ chuyên môn để nâng cao tỷ lệ sống. Tỷ suất lợi nhuận bình quân là 2,7 lần ($\pm 1,7$) đạt cao nhất so với các nhóm tác nhân khác. Như vậy, SXG nhân tạo nghêu giống đã bước đầu thành công nhưng cần được tiếp tục nghiên cứu cải tiến.

Cơ sở ương nghêu giống

Diện tích ương trên ao đất lót bạt bình quân là 913 m² (± 479) và dao động từ 60 - 1.800 m² tùy vào quy mô. Riêng với ương trên bãi triều, diện tích bãi lớn nhưng thời gian bán đầu thì nghêu cũng chỉ được thả ở diện tích trung bình là 1.400 m² (± 490). Mật độ nghêu cấp I ương trên ao lót bạt (136.200 con/m²) thấp hơn trên bãi triều (148.500 con/m²), ngược lại kích cỡ giống thả trên ao đất lót bạt (507.900 con/kg) nhỏ hơn trên bãi triều (329.600 con) là do ương trên bãi triều chịu ảnh hưởng lớn của sóng gió. Số ngày ương trung bình mỗi đợt của

ao đất lót bạt (81 ngày) ngắn hơn ương trên bãi triều (171 ngày). Tỷ lệ sống của nghêu ương trên ao đất lót bạt (67,1%) cao hơn ương trên bãi triều (29,6%). Số lượng nghêu giống thu hoạch của cơ sở ương trên ao đất lót bạt trung bình là 81,6 triệu con/đợt/cơ sở ($\pm 56,7$), cao hơn gấp 2 lần so với sản lượng của cơ sở ương trên bãi triều. Kích cỡ thu hoạch của nghêu giống ương trên ao đất lót bạt là loại nghêu cấp II (94.000 con/kg) và ương trên bãi triều là nghêu trung (1.300 con/kg).

Giá bán bình quân của nghêu ương trên ao đất lót bạt là 20,4 đồng/con ($\pm 3,4$), thấp hơn so với nghêu ương trên bãi triều (79,6 đồng/con) do chênh lệch lớn về kích cỡ. Tổng chi phí ương trên ao đất lót bạt trung bình là 9.437,3 triệu đồng/ha/đợt, cao hơn gấp 15,1 lần so với ương trên bãi triều. Mức thu nhập bình quân của cơ sở ương trên ao đất lót bạt là 14,8 tỷ đồng/ha/đợt ($\pm 5,9$), cao hơn 12,7 lần so với ương trên bãi triều. Lợi nhuận bình quân một ha đối với ương trên ao đất lót bạt là 5,4 tỷ đồng, cao gấp 9,5 lần so với ương trên bãi triều. Tỷ suất lợi nhuận từ ương nghêu trên ao đất lót bạt trung bình là 0,70 lần, cao hơn 1,36 lần so với ương trên bãi triều.

Thương lái mua bán nghêu giống

Mỗi năm các thương lái nghêu giống ở ĐBSCL mua bán trung bình khoảng 11 đợt, với các thương lái ở Trà Vinh là 5 đợt/năm. Sản lượng nghêu giống được mua bán năm 2010 trung bình khoảng 8,2 tấn/thương lái toàn ĐBSCL, với thương lái nghêu giống ở Trà Vinh thì chỉ khoảng 0,45 tấn/thương lái/năm. Kích cỡ nghêu giống bình quân chung khá nhỏ (387 nghìn con/kg) và được thương lái mua vào trung bình chung là 5,3 triệu đồng/kg. Đối với thương lái ở Trà Vinh thì giá nghêu giống mua vào có kích cỡ lớn hơn (150 nghìn con/kg) và giá bán là 1,2 triệu đồng/kg. Lưu ý rằng có mức hao hụt khoảng 1,5-2,0% trong tổng lượng nghêu giống giữa khi mua và bán của các thương lái.

Trung bình mỗi thương lái nghêu giống ở ĐBSCL phải chi thêm 300 ngàn đồng/kg, các thương lái ở Trà Vinh tốn thêm chi phí tăng thêm là 200 ngàn đồng/kg. Lợi nhuận trung bình chung khi mua bán nghêu giống là 1.121 ngàn đồng/kg, riêng với các thương lái ở Trà Vinh thì thấp hơn, khoảng 720 ngàn đồng/kg. Tỷ suất lợi nhuận (TSLN) trong mua bán nghêu giống của các thương lái là 0,21 lần, có nghĩa là bỏ ra 1 đồng chi phí thì thu lại được 0,21 đồng lợi nhuận. Nhưng các thương lái ở Trà Vinh có TSLN trung bình là 0,51 lần.

Nuôi nghêu thương phẩm

Diện tích được giao trung bình của các cơ sở nuôi nghêu ở Trà Vinh là 299,4 ha, trong đó diện tích thả nuôi nghêu chiếm 30% diện tích được giao do một phần diện tích bãi không phù hợp cho nuôi nghêu. Lượng nghêu giống được thả nuôi của các cơ sở bình quân là 51 tấn nghêu giống/cơ sở. Kích cỡ nghêu giống thả nuôi trung bình là 838,9 con/kg và thời gian nuôi trung bình là 16,4 tháng/vụ. Sản lượng nghêu thương phẩm thu hoạch trung bình ở Trà Vinh là 318,8 tấn/cơ sở/vụ, với kích cỡ bình quân là 47,8 con/kg. Năng suất nghêu nuôi bình quân ở đây là 4,8 tấn/ha/vụ thấp hơn mức bình quân của ĐBSCL (12,3 tấn/ha/vụ).

Tổng chi phí bình quân chung cho 1 ha nuôi nghêu thương phẩm là khá cao (44,7 triệu đồng/ha/vụ). Thu nhập trung bình của các cơ sở nuôi nghêu là 79 triệu đồng/ha/vụ và cho mức lợi nhuận khá cao (34,4 triệu đồng/ha/vụ). Chi phí nuôi nghêu chủ yếu là con giống (80% tổng chi phí) nên giá thành thấp. Năm 2006-2007, giá thành nghêu thương phẩm trung bình là 8,1 ngàn đồng/kg và lợi nhuận bình quân là 2,7 ngàn đồng/kg (Lê Xuân Sinh, 2007). Tỷ suất lợi nhuận của nuôi nghêu thương phẩm ở Trà Vinh là 1,0 lần. TSLN nuôi nghêu thương phẩm trong những năm gần đây cũng là 1,0 lần (Lê Xuân Sinh 2007; và Lê Xuân Sinh, 2010). Lê Hoàng Bảo (2010) cũng cho thấy TSLN nuôi nghêu ở Trà Vinh từ 0,2-1,4 lần trong năm 2009-2010.

Thương lái mua bán nghêu thương phẩm

Trung bình mỗi thương lái thu mua 70-80 đọt/năm. Bình quân mỗi thương lái mua bán với sản lượng là 130 tấn/thương lái/năm. Kích cỡ nghêu thương phẩm trung bình là 45,5 con/kg.

Trung bình mỗi thương lái phải tốn chi phí tăng thêm là 1,4 ngàn đồng/kg và mức lợi nhuận trung bình là 3,1 ngàn đồng/kg. Trong cơ cấu chi phí tăng thêm thì chi phí thuê lao động thời vụ (39,1%) và chi phí nhiên liệu, điện (27,2%) chiếm tỷ trọng cao nhất, kể đến là thuê lao động thường xuyên (21,7%). Mỗi thương lái mua bán nghêu thương phẩm có tỷ suất lợi nhuận bình quân là 2,2 lần, nguyên nhân là do các thương lái ở Trà Vinh tốn chi phí tăng thêm cao. Kết quả nghiên cứu của Lê Xuân Sinh (2007) cho thấy mỗi thương lái nghêu thương phẩm có lợi nhuận trung bình là 0,6 ngàn đồng/kg.

Người bán lẻ nghêu thương phẩm tại các chợ

Sản lượng mua bán bình quân của người bán lẻ là 30 tấn/năm với kích cỡ nghêu thương phẩm bán lẻ trung bình là 40-50 con/kg. Giá mua vào bình quân của người bán lẻ là 24 ngàn đồng/kg. Trung bình chi phí tăng thêm từ người bán lẻ là 2 ngàn đồng/kg. Lợi nhuận trung bình từ người bán lẻ là 3 ngàn đồng/kg. TSLN bình quân của nhóm này là 0,1 lần.

Chế biến xuất khẩu nghêu thương phẩm

Tổng cộng phỏng vấn được 6 nhà máy chế biến (NMCB) ở trong khu vực, trong đó có 1 NMCB ở Trà Vinh. Nguyên liệu đầu vào của các NMCB được khảo sát trung bình khoảng 4.000 tấn/năm, kích cỡ nghêu chế biến xuất khẩu phổ biến nhất là 40-60 con/kg. Giá nguyên liệu mua vào trung bình 24,5 ngàn đồng/kg, với chi phí tăng thêm cho NMCB là 5,0-7,0 ngàn đồng/kg và tạo ra được lợi nhuận trung bình 2-3 ngàn đồng/kg. TSLN trung bình là 0,08 lần, có nghĩa nếu bỏ ra 1 đồng chi phí thì sẽ thu lại được 0,08 đồng lợi nhuận. Các chỉ tiêu tài chính của NMCBXK nghêu đã được qui đổi về đơn vị đồng nhất cho 1 kg nguyên liệu, sau đó, sử dụng các chỉ tiêu này cho việc phân tích tổng hợp kinh tế chuỗi.

Sơ đồ kênh thị trường của chuỗi giá trị nghêu tại Trà Vinh

Có 3 kênh thị trường chính trong phân phối nghêu thương phẩm ở Trà Vinh (Hình 3.1):

Kênh 1: Cơ sở nuôi nghêu → Thương lái nghêu thịt → Người bán lẻ → Người tiêu dùng nội địa

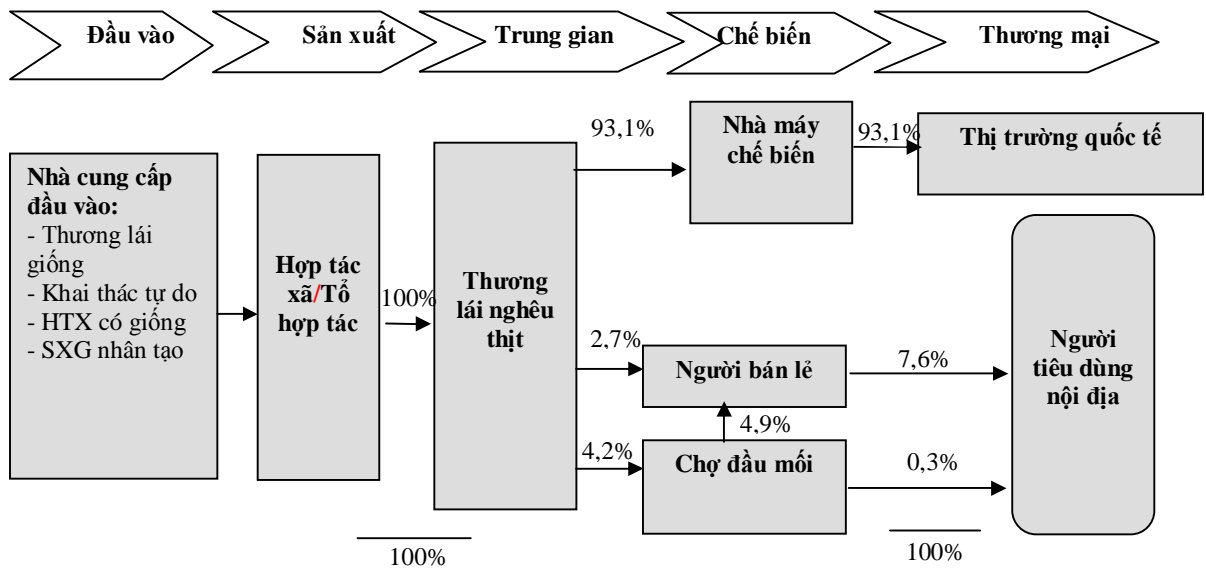
Đối với kênh này thì 100% sản lượng nghêu được các thương lái thu mua và bán lại cho người bán lẻ và sau đó tiếp tục được bán lại cho người tiêu dùng nội địa (với 2,7% tổng sản lượng). Giả sử tổng lợi nhuận (giá trị gia tăng thuần) của toàn chuỗi không thay đổi thì lợi nhuận của mỗi chủ thể (tác nhân) trong chuỗi sẽ thấp hơn so với các kênh có ít tác nhân hơn. Lý do là qua nhiều tác nhân trung gian sẽ có chi phí tăng thêm cao hơn.

Kênh 2: Cơ sở nuôi nghêu → Thương lái nghêu thịt → Chợ đầu mối → Người bán lẻ → Người tiêu dùng nội địa.

Sản lượng nghêu thương phẩm được bán lại cho chợ/sạp (chợ đầu mối) với sản lượng là 4,2% sản lượng, sau đó bán lại cho người bán lẻ ở chợ và cuối cùng là bán cho người tiêu dùng. Trong tất cả các kênh phân phối sản lượng trong chuỗi giá trị thì đây là kênh có nhiều tác nhân tham gia nhất trong chuỗi.

Kênh 3: Cơ sở nuôi nghêu → Thương lái → NMCBXK → Thị trường quốc tế.

Đối với kênh thị trường này thì thương lái nghêu thương phẩm bán 93,1% sản lượng cho NMCB và sau đó được chế biến và xuất khẩu sang các thị trường quốc tế. Đây là kênh thị trường có ít tác nhân tham gia nhất trong chuỗi giá trị.



Hình 3.1: Kênh thị trường trong chuỗi giá trị nghêu ở Trà Vinh

Phân tích kinh tế chuỗi giá trị nghêu ở tỉnh Trà Vinh

Theo Kênh 1: Tổng giá trị gia tăng (GTGT) của toàn chuỗi giá trị là 19,3 ngàn đồng/kg, trong đó các cơ sở nuôi nghêu nhận được giá trị gia tăng cao nhất (7,6 ngàn đồng/kg) và thấp nhất là vựa/sạp nhận được giá trị gia tăng 2,3 ngàn đồng/kg (Bảng 3.1). Tổng GTGT thuần của toàn chuỗi là 15,2 ngàn đồng/kg, trong đó các cơ sở nuôi nghêu nhận được 50,1% và GTGT thuần thấp nhất dành cho người bán lẻ (5,0%). Kết quả Bảng 3.1 cho thấy, qui mô sản lượng sản xuất của các cơ sở nuôi tạo ra trong một năm là khá lớn (318,8 tấn/năm) nên nhóm tác nhân này nhận được tổng lợi nhuận cao nhất (54,9%), kế đến là nhóm vựa/sạp (27,2%), tiếp theo là thương lái nghề thương phẩm (15,4%) và thấp nhất là người bán lẻ (2,5%).

Theo Kênh 2: Tổng giá trị gia tăng của toàn chuỗi giá trị là 19,3 ngàn đồng/kg. Các cơ sở nuôi nghêu nhận được giá trị gia tăng cao nhất (7,6 ngàn đồng/kg) và ít nhất là người bán lẻ với 5,0 ngàn đồng/kg. Tổng GTGT thuần của toàn chuỗi là 15,8 ngàn đồng/kg, trong đó các cơ sở nuôi nghêu nhận được 48,1% GTGT thuần của toàn chuỗi và nhận phần ít nhất là người bán lẻ (18,9%). Qui mô sản lượng sản xuất của các cơ sở nuôi tạo ra trong một năm là tương đối nhiều (318,8 tấn/năm) nên nhóm tác nhân này có tổng lợi nhuận hay GTGT thuần cao nhất (68,2%), kế đến là thương lái nghề thương phẩm (19,1%) và thấp nhất là người bán lẻ (12,7%).

Theo Kênh 3: Tổng GTGT của toàn chuỗi giá trị là 22,2 ngàn đồng/kg, trong đó NMCB xuất khẩu nhận được giá trị gia tăng cao nhất (7,9 ngàn đồng/kg) và sau cùng là thương lái nghề thương phẩm được 6,6 ngàn đồng/kg. Tổng GTGT thuần của toàn chuỗi giá trị là 15,3 ngàn đồng/kg, trong đó các cơ sở nuôi nghêu được hưởng 49,6%, kế đó là thương lái với 34,1% và sau cùng là nhóm NMCB (16,3%). Bảng 3.1 cho thấy: qui mô sản lượng sản xuất của NMCB xuất khẩu trong một năm là rất lớn (4.000 tấn/năm) nên nhóm tác nhân này được hưởng tổng lợi nhuận nhiều nhất (76,3%), kế đến là cơ sở nuôi thương phẩm (18,5%) và thấp nhất là thương lái nghề thương phẩm (5,2%).

Chiến lược nâng cấp chuỗi giá trị nghêu ở tỉnh Trà Vinh

Những khó khăn đối với sự phát triển của ngành hàng nghêu ở Trà Vinh

- Mùa vụ nghêu giống tự nhiên xuất hiện trong thời gian ngắn (3-4 tháng/năm) và chịu ảnh hưởng nhiều bởi thời tiết, nên khó xác định được lượng giống tự nhiên cho việc khai thác và bảo vệ hợp lý.

- Quản lý khai thác nghề cá tự do chưa phù hợp như: chưa có lịch thời vụ cho khai thác, chưa qui hoạch vùng được phép khai thác nghề giống tự do, dễ gây ô nhiễm môi trường và hủy diệt NLTS.
- An ninh ở vùng có nghề giống tự nhiên xuất hiện nhiều và vùng nuôi nghề thịt đã tới thời kỳ thu hoạch là vấn đề rất quan trọng.
- Giá bán nghề (giống và thương phẩm) không ổn định và giá bán nghề thương phẩm của Trà Vinh thấp hơn của tỉnh Bến Tre do chưa có giấy chứng nhận MSC.
- Thiếu vốn sản xuất, khó huy động thêm vốn, nhất là các hộ nghèo, giá đầu vào tăng, lãi suất tiền vay cao nên không đủ vốn mua thêm nghề giống từ đó năng suất nuôi nghề thương phẩm còn thấp so với các tỉnh khác.
- Ô nhiễm môi trường và thời tiết khí hậu bất thường, nhất là với tình trạng nghề chết hàng loạt gần đây và kích cỡ nghề thương phẩm thu hoạch ngày càng nhỏ (60-70 con/kg).
- Người tiêu dùng có yêu cầu càng cao về chất lượng và nguồn gốc sản phẩm, nhưng công tác kiểm soát ATVSTP đối với nghề thương phẩm chưa được làm tốt.
- Thiếu liên kết sản xuất giữa người nuôi với NMCB, có NMCB nghề mới được xây dựng trong tỉnh với công suất 1.200 tấn/năm, nếu đưa vào vận hành chỉ có thể thu mua và chế biến hết khoảng ¼ tổng sản lượng nghề thương phẩm của tỉnh.
- Phụ thuộc nhiều vào thương lái và NMCB ở các tỉnh khác, thương lái thường có lao động của họ mà không sử dụng lao động địa phương nên chưa tạo thêm nhiều giá trị gia tăng cho ngành thủy sản và tỉnh.

Tầm nhìn và chiến lược nâng cấp chuỗi giá trị nghề ở Trà Vinh

Dựa kết quả phân tích chuỗi giá trị nghề ở Trà Vinh và phân tích ma trận SWOT đề đưa ra chiến lược nâng cấp chuỗi là “*Phát triển thị trường trên cơ sở tăng cường liên kết chuỗi, cải tiến kỹ thuật và gia tăng đầu tư cho chế biến nghề*” nhằm thúc đẩy hoạt động sản xuất kinh doanh trong ngành hàng nghề ở tỉnh Trà Vinh một cách lâu bền. Chiến lược này sẽ tạo ra được lợi ích cho toàn chuỗi nói chung và người nghèo tham gia ngành hàng nghề ở Trà Vinh nói riêng. Những mong đợi từ việc theo đuổi chiến lược này gồm:

Bảng 3.1: Phân tích tổng hợp kinh tế chuỗi giá trị nghề theo các kênh thị trường

Diễn giải	Cơ sở nuôi	Thương lái	Vựa/Sạp	Bán lẻ	NMCBXX	Tổng
Kênh 1: Cơ sở nuôi nghề → Thương lái nghề thịt → Người bán lẻ → Người tiêu dùng nội địa						
Giá bán (đ/kg)	17.355,6	24.000,0	26.250,0	29.000,0		
Chi phí mua (đ/kg)	9.746,9	17.355,6	24.000,0	26.250,0		
Giá trị gia tăng (đ/kg)	7.608,7	6.644,4	2.250,0	2.750,0		19.253,1
Chi phí tăng thêm (đ/kg)	0	1.415,4	650	2.000		
% Giá trị gia tăng	39,5	34,5	11,7	14,3		100,0
Lợi nhuận (GTGT thuần) (đ/kg)	7.608,7	5.229,0	1.600,0	750,0		15.187,7
% Lợi nhuận (GTGT thuần)	50,1	34,4	10,5	5,0		100,0
Sản lượng/tác nhân (tấn/năm)	318,8	130	750	150		
Lợi nhuận/tác nhân (tr.đồng/năm)	2.425,7	679,8	1.200,0	112,5		4.417,9
% Lợi nhuận/tác nhân	54,9	15,4	27,2	2,5		100,0
Kênh 2: Cơ sở nuôi nghề → Thương lái nghề thịt → Chợ đầu mối → Người bán lẻ → Người tiêu dùng nội địa						
Giá bán (đ/kg)	17.355,6	24.000,0		29.000,0		
Chi phí mua (đ/kg)	9.746,9	17.355,6		24.000,0		

Diễn giải	Cơ sở nuôi	Thương lái	Vựa/Sạp	Bán lẻ	NMCBXX	Tổng
Giá trị gia tăng (đ/kg)	7.608,7	6.644,4		5.000,0		19.253,1
Chi phí tăng thêm (đ/kg)	0	1.415,4		2.000		
% Giá trị gia tăng	39,5	34,5		26,0		100,0
Lợi nhuận (GTGT thuần) (đ/kg)	7.608,7	5.229,0		3.000,0		15.837,7
% Lợi nhuận (GTGT thuần)	48,1	33,0		18,9		100,0
Sản lượng/tác nhân (tấn/năm)	318,8	130		150		
Lợi nhuận/tác nhân (tr.đồng/năm)	2.425,7	679,8		450,0		3.555,4
% Lợi nhuận/tác nhân	68,2	19,1		12,7		100,0
Kênh 3: Cơ sở nuôi nghề → Thương lái nghề thịt → Nhà máy chế biến xuất → Người tiêu dùng quốc tế						
Giá bán (đ/kg)	17.355,6	24.000,0			31.900,0	
Chi phí mua (đ/kg)	9.746,9	17.355,6			24.000,0	
Giá trị gia tăng (đ/kg)	7.608,7	6.644,4			7.900,0	22.153,1
Chi phí tăng thêm (đ/kg)	0	1.415,4			5.400,0	
% Giá trị gia tăng	34,3	30,0			35,7	100,0
Lợi nhuận (GTGT thuần) (đ/kg)	7.608,7	5.229,0			2.500,0	15.337,7
% Lợi nhuận (GTGT thuần)	49,6	34,1			16,3	100,0
Sản lượng/tác nhân (tấn/năm)	318,8	130			4.000	
Lợi nhuận/tác nhân (tr.đồng/năm)	2.425,7	679,8			10.000,0	13.105,4
% Lợi nhuận/tác nhân	18,5	5,2			76,3	100,0

- Khai thác hợp lý các lợi thế về giống tự nhiên và diện tích đất bãi bồi ven biển để gia tăng sản lượng và giá trị cho ngành hàng nghề.

- Đầu tư cơ sở chế biến nghề tại Trà Vinh để giảm chi phí, gia tăng giá trị, thúc đẩy sản xuất và phát triển thị trường.

- Xúc tiến thương mại và xây dựng thương hiệu nghề theo các tiêu chuẩn MSC.

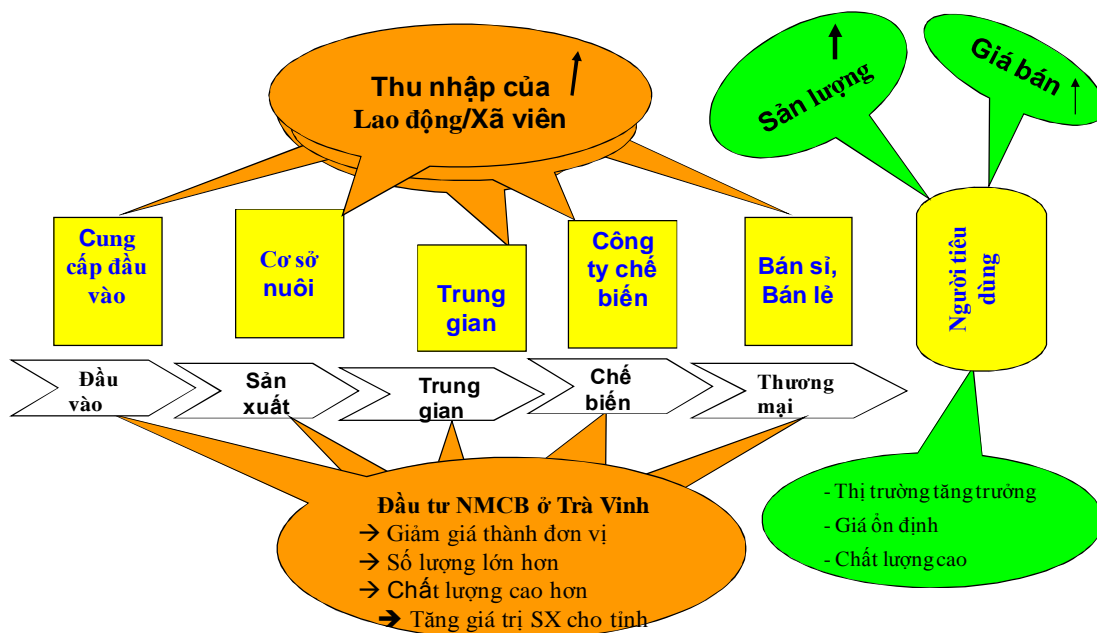
- Nâng cao năng lực sản xuất cũng như quản lý sản xuất và tiêu thụ sản phẩm đáp ứng nhu cầu thị trường.

- Tạo thêm nhiều việc làm ổn định với thu nhập hợp lý cho cộng đồng ven biển, nhất là nhóm hộ nghèo.

Đề xuất để thực hiện chiến lược nâng cấp chuỗi giá trị nghề ở Trà Vinh

- **Cung cấp nghề giống:** Đẩy mạnh công tác nghiên cứu và cải tiến kỹ thuật sản xuất giống nhân tạo cũng như sử dụng nghề bố mẹ và ương giống nghề được tốt hơn tại địa phương để đáp ứng nhu cầu nghề giống cho nghề nuôi. Cần kết hợp với việc tăng cường bảo vệ và khai thác hợp lý nguồn nghề giống tự nhiên.

- **Nuôi nghề thương phẩm:** Cần huy động thêm vốn và sử dụng nghề giống nhiều hơn nhằm tăng diện tích nuôi và năng suất nghề nuôi của các HTX/THT nghề, kết hợp với nâng cao năng lực về quản lý sản xuất kinh doanh và quản lý rủi ro. Tăng cường vốn qua việc tăng cổ phần, huy động thêm vốn cổ phần của các xã viên, vay ngân hàng và/hoặc kêu gọi đầu tư từ bên ngoài ngành/ngoại tỉnh.



Hình 3.2: Chiến lược nâng cấp chuỗi giá trị nghề ở tỉnh Trà Vinh

- **Thương lái:** Thương lái có vai trò lớn đối với sản xuất và tiêu thụ nghề ở Trà Vinh và ĐBSCL. Trước mắt nên khuyến khích và tăng cường năng lực của thương lái địa phương. Các thương lái nghề thương phẩm cần được tập huấn về bảo quản chất lượng nghề thương phẩm, soạn thảo hợp đồng mua bán theo qui định của pháp luật và đảm bảo lợi ích cho các bên tham gia. Nếu các NMCB có hợp đồng trực tiếp với các cơ sở nuôi nghề thương phẩm sẽ giúp giảm bớt vai trò của các thương lái nghề đồng thời giảm rủi ro cho các cơ sở nuôi nghề thương phẩm. Nhưng có thể khuyến khích họ tham gia trực tiếp hoặc hỗ trợ các HTX/THT nghề về khâu cung ứng nghề giống và tiêu thụ nghề thương phẩm.

- **Sơ chế và chế biến:** Khuyến khích thành lập các điểm sơ chế và phát triển NMCB nghề thương phẩm tại Trà Vinh nhằm chế biến và tiêu thụ sản phẩm đầu ra, giúp giảm bớt chi phí, đảm bảo chất lượng và tăng giá trị gia tăng của toàn chuỗi, giảm lệ thuộc vào các tỉnh khác và góp phần vào tăng trưởng kinh tế của tỉnh. Các NMCB cần đóng vai trò chủ đạo trong việc xây dựng và phát triển các liên kết cũng như thương hiệu cho nghề Trà Vinh.

- **Công tác quản lý ngành:** Việc quy hoạch chi tiết các vùng nghề giống, nuôi nghề thương phẩm và NMCB cần được làm tốt. Tăng cường nghiên cứu, chuyển giao và ứng dụng tiến bộ khoa học kỹ thuật cho từng nhóm tác nhân chuỗi. Vai trò tổ chức của các cơ quan ban ngành là rất quan trọng (Hiệp hội Thủy sản, Chi cục Khai thác & BVNLTS, Trung tâm giống, Chi cục Quản lý chất lượng nông lâm thủy sản, Liên minh Hợp tác xã, Hội Nông dân,...). Cần chú ý làm tốt công tác quan trắc và cảnh báo môi trường phục vụ kịp thời cho việc tổ chức khai thác và bảo vệ hợp lý nguồn nghề giống cũng như thu hoạch nghề thương phẩm và phòng trị bệnh cho nghề kịp thời.

KẾT LUẬN VÀ ĐỀ XUẤT

Có nhiều nhóm tác nhân tham gia chuỗi giá trị nghề ở Trà Vinh, nhưng quan trọng và phổ biến nhất là nhóm các HTX/THT kết hợp khai thác và bảo vệ nguồn lợi nghề giống với nuôi nghề thương phẩm. Có 3 kênh phân phối chủ yếu trong chuỗi giá trị nghề ở Trà Vinh trong đó sự đóng góp vào chi phí gia tăng và chia sẻ lợi nhuận có sự khác nhau giữa các nhóm tác nhân.

Chiến lược nâng cấp chuỗi giá trị nghề ở tỉnh Trà Vinh được đề xuất là “*Gia tăng sản lượng giống và nghề thương phẩm, phát triển thị trường và đầu tư cơ sở chế biến nghề ở Trà Vinh*” nhằm thúc đẩy quá trình sản xuất và nâng cao hiệu quả kinh tế - kỹ thuật của các

cơ sở sản xuất nghêu. Chiến lược này sẽ tạo ra được lợi ích cho toàn chuỗi nói chung và người nghèo là thành viên của các HTX/THT nghêu ở Trà Vinh nói riêng. Với những điểm yếu hiện có và các nguy cơ, việc nâng cấp chuỗi giá trị nghêu ở Trà Vinh là rất cần thiết và sẽ giúp tạo ra giá trị lớn hơn cũng như phân bổ lợi ích đồng đều hơn cho các tác nhân chuỗi giá trị, trong đó có người nghèo.

Cải thiện thu nhập của người tham gia là mục tiêu cuối cùng của việc nâng cấp chuỗi giá trị đồng thời phân phối lợi nhuận đồng đều giữa các tác nhân và rủi ro cũng được chia sẻ. Nghiên cứu cải tiến kỹ thuật sản xuất giống nhân tạo và ương nghêu giống trên ao lót bạt hoặc ao nền cát kết hợp với chuyển giao kỹ thuật nhằm chủ động nguồn giống nghêu trong địa bàn tỉnh Trà Vinh. Cần tăng cường đầu tư, hỗ trợ về quản lý môi trường (quan trắc và cảnh báo) và phòng ngừa hiện tượng nghêu chết. Đầu tư phát triển các cơ sở sơ chế biến nghêu thương phẩm cũng như tăng cường liên kết để xây dựng và phát triển thương hiệu nghêu Trà Vinh là rất cần thiết.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Lê Hoàng Bảo, 2010. Đánh giá thực trạng khai thác, nuôi và phát triển nguồn lợi nghêu (*Meretrix lyrata*, Sowerby, 1851) ở vùng ven biển tỉnh Trà Vinh. Luận văn tốt nghiệp cao học chuyên ngành Thủy sản. Khoa Thủy Sản – Đại học Cần Thơ.

Nguyễn Đình Hùng, 2000. Nghiên cứu các điều kiện sinh thái môi trường ảnh hưởng đến quá trình nuôi nghêu (*Meretrix lyrata*, Sowerby, 1851) ở vùng ven biển Tiền Giang, Bến Tre. Luận án cao học. Viện môi trường và tài nguyên Thành phố Hồ Chí Minh, 96 trang.

Lê Xuân Sinh, 2007. Nghiên cứu thị trường hỗ trợ cho sự phát triển ngành hàng nghêu ở Trà Vinh. Báo cáo tư vấn – Dự án Oxfam Anh tại tỉnh Trà Vinh.

Lê Xuân Sinh, 2010. Nghiên cứu tổ chức sản xuất kinh doanh ngành hàng nghêu trắng (*Meretrix lyrata*, Sowerby, 1851) ở các tỉnh ven biển phía Nam. Đề tài nghiên cứu khoa học cấp Bộ (B2009-16-142). Khoa Thủy Sản – Đại học Cần Thơ.

Lê Xuân Sinh, Đỗ Minh Chung, Huỳnh Văn Hiền và Trương Quốc Phú, 2007. Nghiên cứu thị trường nghêu (*Meretrix lyrata*) ở tỉnh Trà Vinh trong mối quan hệ với các tỉnh phía Nam Việt Nam. Tạp chí Khoa học, Trường Đại học Cần Thơ, Số 8/2007, tr.38-46.

Lê Tân Thới, 2010. Phân tích tình hình sản xuất kinh doanh ngành hàng nghêu trắng (*Meretrix lyrata*, Sowerby, 1851) ở đồng bằng Sông Cửu Long. Luận văn tốt nghiệp cao học chuyên ngành Thủy sản. Khoa Thủy Sản – Đại học Cần Thơ.

Sở NN&PTNT Trà Vinh, 2008. Báo cáo tổng kết hoạt động năm 2008 và phương hướng nhiệm vụ 2009.

Sở NN&PTNT Trà Vinh, 2009. Báo cáo tổng kết hoạt động năm 2008 và phương hướng 2010.

Sở NN&PTNT Trà Vinh, 2010. Báo cáo tổng kết hoạt động năm 2008 và phương hướng 2011.