

# PHÂN TÍCH CHUỖI GIÁ TRỊ NGÀNH HÀNG BÒ THỊT TỈNH TRÀ VINH

Danh Út<sup>1</sup>, Nguyễn Thị Yên Linh<sup>2</sup>

## ANALYZING VALUE CHAINS OF BEEF IN TRA VINH PROVINCE

Danh Ut<sup>1</sup>, Nguyen Thi Yen Linh<sup>2</sup>

**Tóm tắt** – Nghiên cứu điều tra các tác nhân trong chuỗi giá trị thịt bò tại tỉnh Trà Vinh nhằm đánh giá thực trạng sản xuất, chế biến và tiêu thụ bò thịt ở tỉnh Trà Vinh theo phương pháp tiếp cận chuỗi giá trị. Kết quả nghiên cứu cho thấy, quá trình tiêu thụ sản phẩm từ người sản xuất (người chăn nuôi) đến người tiêu thụ cuối cùng có sự kết nối rất chặt chẽ. Sự kết nối ấy tạo thành mạng lưới phân phối sản phẩm mà ở đó các tác nhân tham gia đều đóng vai trò quan trọng, tích cực cho việc chuyển đổi sản phẩm đến tay người tiêu dùng. Tuy nhiên, để đến tay người tiêu dùng, sản phẩm phải trải qua nhiều khâu trung gian. Các thương lái chi phối giá cả mua vào và bán ra làm ảnh hưởng không tốt cho việc cạnh tranh trên thị trường. Vì thế, để giải quyết vấn đề này, chúng ta cần xây dựng một thị trường đầu vào và đầu ra ổn định.

**Từ khóa:** chuỗi giá trị, bò thịt, thị trường

**Abstract** – Investigating agents in the beef value chain in Travin province aims to assess the status production, processing and consumption of beef products by a value chain approach. The results show that process of product consumption from farmers to final consumers has a very close connection creating a distribution network in which agents play an important role to convert products to consumers. However, there are many

intermediate stages for carrying the products to consumers. Businessmen dominate buying and selling prices which have affected to unfair competition in the market. Therefore, in order to solve this problem, it is necessary to design a stable in-output market for beef products.

**Keywords:** value chain, beef, market

### I. ĐẶT VẤN ĐỀ

Trà Vinh là một trong những tỉnh có lợi thế để phát triển chăn nuôi bò. Số lượng đàn bò trên địa bàn tỉnh đến năm 2015 là 197.120 con [1]. Bên cạnh đó, do bò là đối tượng dễ chăn nuôi, thức ăn chủ yếu là rơm và cỏ nên chỉ tốn chi phí ban đầu, không cần nhiều diện tích đất. Mặt khác, trước dịch bệnh đang diễn biến bất lợi trên hầu hết vật nuôi, con bò là vật nuôi có nhiều lợi thế do ít dịch bệnh, ít gặp rủi ro, chăn nuôi bò mang lại hiệu quả kinh tế cao và phù hợp với điều kiện của người dân. Thêm vào đó, nhu cầu sử dụng thịt bò của con người ngày càng cao do kinh tế phát triển, mức sống của người dân ngày càng cao. Chính vì những lí do đó mà con bò ngày càng được chăn nuôi phổ biến trong nông hộ [2], [3].

Trong thời gian qua, tỉnh Trà Vinh được sự hỗ trợ tích cực từ những Dự án phát triển đàn bò. Do vậy, sự hỗ trợ đó đã góp phần phát triển ngành chăn nuôi trong Tỉnh. Từ những sự quan tâm, đầu tư đó mà ngành chăn nuôi bò trên địa bàn tỉnh đã có những chuyển biến tích cực, chất lượng đàn bò của tỉnh được cải thiện đáng kể [4]. Tuy nhiên, ngành hàng bò thịt vẫn còn không ít khó khăn từ nhiều nguyên nhân như sự thay đổi giá cả vật tư đầu vào, tổ chức chăn nuôi còn nhỏ lẻ, kĩ thuật chăn nuôi còn hạn chế do sản xuất theo tập quán

<sup>1</sup>Khoa Nông nghiệp – Thủy sản, Trường Đại học Trà Vinh

<sup>2</sup>Khoa Khoa học Cơ bản, Trường Đại học Trà Vinh

Ngày nhận bài: 12/4/2018; Ngày nhận kết quả bình duyệt: 01/7/2018; Ngày chấp nhận đăng: 21/7/2018

Email: danhut186@tvu.edu.vn

1,2

Received date: 12<sup>th</sup> April 2018 ; Revised date: 01<sup>st</sup> July 2018; Accepted date: 21<sup>st</sup> July 2018

truyền thông, thiếu thông tin khoa học kỹ thuật. Bên cạnh đó, việc phân phối lợi nhuận chưa hợp lý giữa các tác nhân tham gia trong chuỗi giá trị (CGT) của ngành hàng bò thịt cũng đã kiềm chế sự phát triển của ngành hàng này. Trong CGT, mặc dù các hộ nuôi là tác nhân yếu thế nhất so với các tác nhân khác. Tuy nhiên, điều này cũng ảnh hưởng không nhỏ đến giá trị của toàn chuỗi. Do đó, bài viết cần: 1) phân tích và đánh giá tính hợp lý trong việc phân phối lợi nhuận giữa các tác nhân trong chuỗi; 2) đề ra giải pháp nâng cấp CGT ngành hàng bò thịt tỉnh Trà Vinh.

## II. TỔNG QUAN TÀI LIỆU

Theo Kaplinsky [5], Kaplinsky và Morris [6], chuỗi giá trị của một sản phẩm là hàng loạt những hoạt động cần thiết để tạo ra một sản phẩm (hoặc một dịch vụ) bắt đầu từ việc hình thành ý tưởng, thông qua những giai đoạn sản xuất khác nhau, cho tới khâu phân phối sản phẩm đến người tiêu dùng cuối cùng và vứt bỏ sau khi đã sử dụng.

Theo Võ Thị Thanh Lộc và Nguyễn Phú Sơn (2013), việc phân tích chuỗi giá trị là phân tích mối quan hệ tương tác của các tác nhân đang kinh doanh cùng một loại sản phẩm trên một thị trường cụ thể [7], [8]. Dựa trên một phân tích chuỗi được chia sẻ, các doanh nghiệp có thể xây dựng một tầm nhìn chung và xác định các chiến lược nâng cấp phối hợp. Các cơ quan chính phủ sử dụng phân tích chuỗi giá trị để định dạng và lập kế hoạch về các hoạt động hỗ trợ cũng như để giám sát các tác động có thể xảy ra. Bằng phương pháp phân tích chuỗi giá trị, kết quả nghiên cứu chuỗi giá trị bò tại tỉnh Ninh Thuận (2012) đã cho thấy tình hình phân phối lợi nhuận thuộc về các tác nhân thương mại, còn người chăn nuôi chỉ chiếm một phần nhỏ trong chuỗi (Nguyễn Phú Sơn và cộng sự [4]). Theo Đặng Hữu Dứt (2013), khi nghiên cứu chuỗi giá trị ngành hàng bò thịt tại tỉnh Vĩnh Long, hoạt động chuỗi giá trị bò thịt còn qua nhiều khâu trung gian, chủ yếu người nông dân bán bò cho thương lái do bán cho lò mổ không thuận lợi (mỗi địa phương chỉ có vài lò giết mổ, địa điểm của lò mổ ở xa khu vực người chăn nuôi). Từ đó cho thấy, lợi nhuận của người chăn nuôi phải qua tác nhân trung gian là thu gom [2]. Như vậy, việc phân tích chuỗi giá trị cần tiến hành xem xét hoạt động thị trường

của các tác nhân tham gia chuỗi giá trị. Nó giúp phát hiện ra những lỗ hổng cần được cải thiện để nâng cao giá trị kinh tế của chuỗi, cũng như để nâng cao thu nhập cho người nuôi và các tác nhân khác trong chuỗi, đặc biệt cho người nuôi thuộc diện hộ nghèo và cận nghèo (Nguyễn Phú Sơn và cộng sự [3]). Đối với chuỗi giá trị dê, người nuôi thường phải nhận một giá cả thấp hơn giá cả thị trường do người nuôi rất hạn chế trong việc tiếp cận với các thông tin thị trường đầu ra, kỹ thuật nuôi còn nhiều hạn chế. Do vậy, nó cũng đã làm giảm năng suất thịt và làm giảm khả năng cung cấp của sản phẩm cho thị trường (Nguyễn Phú Sơn và cộng sự [4]).

Nghiên cứu này cũng đã áp dụng cách tiếp cận theo lý thuyết của GTZ [9], M4P [10] và Kaplinsky & Morris [6] và các phương pháp phân tích kinh tế chuỗi [11], phân tích SWOT [11], [12] vào nghiên cứu CGT bò thịt tại tỉnh Trà Vinh nhằm tìm ra hướng đi mới cho ngành hàng bò thịt trên địa bàn tỉnh.

## III. PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

### A. Thời gian và địa điểm nghiên cứu

Nghiên cứu được tiến hành từ tháng 2 đến tháng 11 năm 2017 tại các huyện thuộc tỉnh Trà Vinh.

### B. Phương pháp thu thập dữ liệu

1) *Phương pháp thu thập dữ liệu sơ cấp*: Cỡ mẫu và phương pháp chọn quan sát mẫu: Tổng số quan sát mẫu điều tra cho tất cả các tác nhân trong chuỗi là 183. Cụ thể, cơ cấu quan sát mẫu được trình bày trong Bảng 1.

2) *Phương pháp thu thập dữ liệu thứ cấp*: Những thông tin thứ cấp được thu thập trong quá trình khảo sát bao gồm các báo cáo về tình hình sản xuất và tiêu thụ sản phẩm bò thịt tại các huyện thuộc tỉnh Trà Vinh; các báo cáo về tình hình chăn nuôi, thương mại, chế biến và tiêu thụ sản phẩm bò/thịt bò của Chi cục Thú y tỉnh, những chương trình, dự án hỗ trợ ngành hàng bò của tỉnh [1]; những nghiên cứu có liên quan về chuỗi giá trị sản phẩm nông nghiệp từ nhiều nguồn khác nhau; thu thập số liệu qua sách, tạp chí, internet [7], [13].

Bảng 1: Cơ cấu mẫu

STT	Tác nhân	Số quan sát mẫu	Phương pháp chọn quan sát mẫu
1	Dịch vụ thú y	15	Tổng quan sát mẫu điều tra cho tất cả các tác nhân là 183 quan sát dựa vào bảng câu hỏi cấu trúc được chuẩn bị trước. Ngoài ra, nghiên cứu cũng đã thực hiện phỏng vấn phi chính thức một số cán bộ địa phương trong các huyện và cán bộ tại tỉnh có chuyên môn về sản phẩm bò thịt này.
2	Trại/hộ cung cấp giống	15	
3	Người nuôi	120	Phương pháp chọn mẫu được áp dụng ở đây khi khảo sát các tác nhân là phương pháp chọn mẫu phi ngẫu nhiên – chọn mẫu thuận tiện, do vậy có hạn chế về độ tin cậy của thông tin. Thu thập thông tin sơ cấp được thực hiện bởi tác giả với sự hỗ trợ của các cán bộ phòng Nông nghiệp các huyện [2][9].
4	Thương lái/trại thu mua bò thịt	15	
5	Lò giết mổ	3	Những tác nhân tham gia chuỗi được chọn điều tra theo tính chất liên kết chuỗi và xuất phát từ người nuôi bò thịt [7][14].
6	Người bán sỉ/bán lẻ thịt bò	15	
Tổng cộng		183	

#### IV. KẾT QUẢ - THẢO LUẬN

##### A. Phân tích tác nhân tham gia chuỗi

1) *Hộ nuôi bò thịt*: Qua khảo sát tại Bảng 2, các hộ chăn nuôi bò trên địa bàn tỉnh có sinh kế khá đa dạng, chăn nuôi bò được xem như hình thức đầu tư lâu dài, tận dụng thời gian nông nhàn của các thành viên trong gia đình. Ngoài ra, việc chăn nuôi bò cũng không đòi hỏi nhiều kỹ thuật. Vì vậy, việc chăn nuôi bò cũng không kén chọn lao động tham gia. Có thể thấy nếu trong tương lai nhu cầu thị trường bò thịt tăng lên thì các nông hộ vẫn đủ năng lực để đáp ứng nhu cầu lao động trong trường hợp tăng quy mô đàn trên mỗi hộ. Trong năm 2016, nông hộ chủ yếu bán bò theo hình thức bán mao nguyên con (80%), một số hộ bán theo giá thỏa thuận trước (20%) và không có hộ nào bán theo hình thức hợp đồng. Trong mua bán, có 85% người bán tự tìm đến người mua bò bằng cách liên lạc bằng điện

thoại hoặc tìm đến nhà, số còn lại được người quen giới thiệu hoặc người mua tự tìm đến người nuôi bò để mua. Trung bình, mỗi hộ bán được 267 kg bò hơi mỗi năm với mức giá bán trung bình 101.000 đồng/kg. Tổng thu nhập từ bán bò trong năm trung bình là 25,87 triệu đồng/hộ, cao nhất là 120 triệu đồng/hộ và thấp nhất là 3 triệu đồng/hộ.

2) *Tác nhân thu gom*: Kết quả khảo sát 15 cơ sở thu gom tại Bảng 3 cho thấy, người thu gom bán bò cho nhiều đối tượng khác nhau như lò giết mổ, bán lại cho người thu gom khác. Tất cả các thương lái được khảo sát đều có đầu ra sau cùng là bán bò thịt đã mua cho lò giết mổ; người thu mua bò thịt thường thu mua theo hình thức mua mao nguyên con. Trong năm 2016, trung bình các thương lái mua từ nông dân 51,28%, từ những người thu gom khác 48,72%.

Trong kinh doanh, tất cả người thu gom/thương lái đều thu mua trước sau đó mới tìm cách phân

Bảng 2: Sản lượng và giá bán bò thịt từ các hộ nuôi trong năm 2016

Khoản mục	Đơn vị	Thấp nhất	Cao nhất	Trung bình
Sản lượng bò hơi bán ra/ hộ/ năm	Kg	70	730	267
Giá bán	1.000đ/kg	30	256	101
Tổng thu	Triệu đồng	3	120	25,87

phối lại. Điều này cho thấy rủi ro mà người thu gom phải nhận. Bởi nếu người thu gom/thương lái quyết định mua nhưng họ chưa bán được. Họ sẽ gặp rủi ro về chênh lệch giá ở trong tương lai. Họ sẽ bị, thua lỗ hoặc tổn chi phí lưu chuồng trong khoảng thời gian ngắn [3], [13].

Bảng 3: Nguồn thu mua của các thương lái trong năm 2016

Nơi mua bò	Tỷ lệ (%)
Nông dân	51,28
Người thu gom khác	48,72

3) *Lò giết mổ*: Lò giết mổ thu mua bò nhiều nhất là từ người thu gom bò chiếm tỉ lệ 58,8% và từ người nông dân chiếm 41,2% (Bảng 4). Lò giết mổ thường lựa chọn theo tiêu chí là bò phải khỏe mạnh, không bệnh; trọng lượng trung bình khoảng 250 kg/con; tỉ lệ thịt lột vào khoảng 90 kg/con. Đây là tiêu chí quan trọng để lò giết mổ định giá mua. Bò nuôi trong tỉnh trung bình chỉ đạt khoảng 200 kg/con. Vì vậy, với tiêu chí trên, bò nuôi trong tỉnh hiện chưa đáp ứng được nhu cầu khi xuất chuồng. Điều này có thể làm giảm thu nhập của người nuôi bò cũng như kinh tế của người nuôi; ngoài ra khi mua bò, lò giết mổ còn lựa chọn bò không mắc bệnh, hình dáng tốt (có móng vai, dài đòn, bắp thịt chắc). Tất cả lò giết mổ thu mua bò theo hình thức mua phỏng nguyên con và lò giết mổ thanh toán cho người bán bằng tiền mặt trả đủ một lần.

Theo kết quả khảo sát tại các lò giết mổ, trung bình một con bò hơi (Sind) có trọng lượng 285kg sẽ cho sản lượng thịt lột khoảng 32%. Sản lượng này không cao, do đó lò giết mổ luôn mua bò hơi với giá thấp.

4) *Người bán sỉ/lẻ*: Kết quả điều tra tại Bảng 5, hoạt động của người bán lẻ diễn ra quanh năm, 100% các hộ bán lẻ kinh doanh thịt bò và một số sản phẩm khác được chế biến từ thịt bò. Người

bán lẻ bán cho người tiêu dùng trung bình 221kg thịt trên một lần bán (thấp nhất 40kg và nhiều nhất 1500kg) trong tổng lượng bán 2.870 kg trong lần bán gần nhất, còn người bán lẻ khác thì ít hơn. Với giá bán trung bình cho người tiêu dùng là 195.000 đồng/kg, người bán lẻ thu vào trung bình mỗi lần bán là 43.095.000 đồng và với mức giá bán cho người bán lẻ khác là 186.000 đồng/kg, họ thu vào 41.106.000 đồng trên lần bán. Như vậy, lợi nhuận thu về giữa bán lẻ và bán sỉ chênh lệch không nhiều. Tuy nhiên, trong việc mua bán thịt bò, vốn bỏ ra mua thịt bò là nhiều nhất, vốn này luôn thay đổi trong ngày, đây là vốn lưu động. Ngoài ra, chi phí biến đổi còn có các loại chi phí khác như vận chuyển, lao động, tồn trữ... .

5) *Kênh thị trường sản phẩm bò thịt*: **Kênh 1:** Người nuôi bò → Thu gom → Lò giết mổ → Người bán sỉ/bán lẻ → Người tiêu dùng nội địa.

Qua khảo sát cho thấy, chuỗi giá trị đi từ người nông dân chăn nuôi bán bò thịt cho người thu gom 58,8%, lò giết mổ mua lại của người thu gom và lò giết mổ đem phân phối thịt bò cho người bán sỉ/bán lẻ là 19,6% theo hình thức tự kinh doanh. Trong kênh thị trường này, sản phẩm đi từ người sản xuất đến người tiêu dùng phải qua bốn tác nhân trung gian.

**Kênh 2:** Người nuôi bò → Thu gom → Lò giết mổ → Người tiêu dùng nội địa.

Trong kênh tiêu dùng này, người nông dân bán cho người thu gom và người thu gom bán bò cho lò giết mổ (chiếm 32,3% sản lượng chuỗi) và cuối cùng lò giết mổ bán cho người tiêu dùng. Qua kênh thị trường này, do tác nhân giảm đi người bán sỉ/ bán lẻ nên lò giết mổ bán trực tiếp cho người tiêu dùng.

**Kênh 3:** Người nuôi bò → Lò giết mổ → Người bán sỉ/bán lẻ → Người tiêu dùng nội địa

Trong khi kênh 3 này đã giảm đi tác nhân thu gom.

**Kênh 4:** Người nuôi bò → Lò giết mổ → Người tiêu dùng nội địa

Bảng 4: Sản lượng bò của lò giết mổ trong năm 2016

Đối tượng mua	Số lượng(con)	Sản lượng(kg thịt lột)	Tỷ lệ %	Đối tượng mua
Thu gom	137	15.393	58,8	Thu gom
Nông dân	96	10.781	41,2	Nông dân
<b>Tổng cộng</b>	<b>233</b>	<b>26.174</b>	<b>100,0</b>	<b>Tổng cộng</b>

Bảng 5: Sản lượng, giá bán, doanh thu của người bán sỉ/bán lẻ

Khoản mục	Đơn vị	Thấp nhất	Cao nhất	Trung bình
Lượng bán	kg/lần	40	1.500	221
Giá bán	1.000đ/kg	174	204	195
Doanh thu	Triệu đồng/lần	6, 960	306	43,095

Đây là kênh phân phối ngắn, lò giết mổ đóng vai trò cung cấp thịt bò đến người tiêu dùng. Tỷ trọng thay đổi nhiều so với kênh phân phối truyền thống (kênh 1). Tỷ lệ giá trị gia tăng thuần của lò giết mổ lên đến 51,57%. Đây là kênh mà lợi nhuận của người giết mổ lớn nhất, đạt giá trị 64,1 nghìn đồng/kg bò hơi.

Qua sơ đồ CGT (Hình 1) ngành hàng bò thịt tại tỉnh Trà Vinh, chúng ta có thể thấy việc tiêu thụ sản phẩm cho hộ nuôi bò là 100% thông qua các kênh thương lái và lò giết mổ, tại đây bò thịt được chế biến thành dạng thực phẩm và đến tay người tiêu dùng chủ yếu thông qua các kênh bán sỉ và bán lẻ. Như vậy, nếu lò giết mổ giữ vai trò như là trung tâm của CGT bò thịt tại tỉnh Trà Vinh thì việc nâng cấp CGT bò thịt trên địa bàn tỉnh cần phải xoay quanh tác nhân này như tạo liên kết giữa các tác nhân thu gom lại với nhau hay nâng cao hoạt động lò giết mổ.

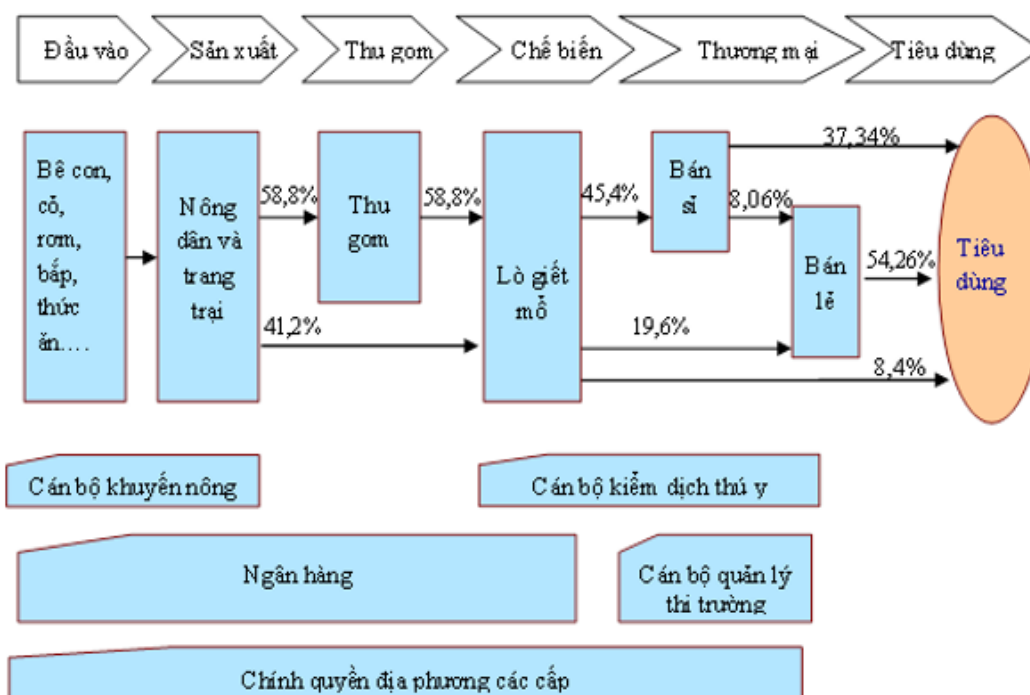
### B. Phân tích kinh tế chuỗi

1) *Giá trị gia tăng*: Giá trị gia tăng được tính bằng cách lấy giá bán trừ đi chi phí trung gian (con giống, thức ăn, thuốc thú y, vận chuyển...) [6]. Người chăn nuôi nhận được giá trị cao nhất (68,2 nghìn đồng/kg) nhưng trong một thời gian chu kỳ nuôi khoảng 12 tháng và 2 lao động gia đình tham gia tạo ra giá trị gia tăng này với thời gian khoảng 90 ngày công lao động. Lò mổ là tác nhân có giá trị gia tăng cao thứ hai trong chuỗi cung ứng (45 nghìn đồng/kg) với giá trị gia tăng được tạo ra trong khoảng thời gian tương đối ngắn (khoảng 3 ngày). Người bán sỉ/bán lẻ đứng vị trí thứ ba và cuối cùng là người thu gom.

2) *Lợi nhuận chuỗi*: Tổng giá trị gia tăng thuần của toàn chuỗi là 123,3 nghìn đồng/kg thịt lột (Bảng 6). Người chăn nuôi tạo ra giá trị gia tăng thuần cao nhất và cũng nhận được lợi nhuận cao nhất (44,8%) so với các tác nhân khác của chuỗi và lợi nhuận mà người chăn nuôi nhận được là 55,2 nghìn đồng/kg.

Lò giết mổ có giá trị gia tăng thuần đứng thứ hai của chuỗi (35 nghìn đồng/kg) chiếm 28,4% tổng giá trị gia tăng thuần. Kế tiếp là người bán sỉ/bán lẻ (chiếm 23,6%) và lợi nhuận người bán lẻ nhận được (29,1 nghìn đồng /kg). Kênh thị trường 3 và 4 có giá trị gia tăng thuần cao hơn các kênh thị trường khác và có khả năng mang lại lợi nhuận cho người nuôi bò đạt ở mức cao nhất 60.200 đồng/kg thịt bò và tỷ suất lợi nhuận/chi phí đạt được là 134,4%. Do đó, để tạo điều kiện nâng cao thu nhập, hiệu quả sản xuất cho người nuôi bò, chúng ta cần củng cố phát triển kênh thị trường 3 và 4. Qua các kênh thị trường 1 và 2, người thu gom có tỷ suất lợi nhuận/chi phí thấp nhất vào khoảng 3,2% do thời gian kinh doanh ngắn, vốn được luân chuyển nhanh. Tương tự, lò giết mổ chỉ đạt lợi nhuận cao khi kênh thị trường được rút ngắn. Cuối cùng là người bán sỉ/bán lẻ có lợi nhuận so với các tác nhân người nuôi bò và lò giết mổ trong chuỗi.

Như vậy, trong tất cả các kênh phân phối, kênh 4 là kênh hiệu quả nhất, là kênh thị trường ngắn nhất và tạo ra giá trị gia tăng thuần cao nhất. Tuy nhiên, kênh này khó có thể phát triển mạnh, nguyên nhân chính là do chức năng chính của lò giết mổ là chế biến nên chức năng thu gom và phân phối của tác nhân này khó có thể đảm



Hình 1: Sơ đồ chuỗi giá trị ngành hàng bò thịt tỉnh Trà Vinh  
(Nguồn: Kết quả khảo sát năm 2016)

bảo được. Riêng kênh 1 và kênh 3 là hai kênh phân phối tạo được sự hợp lí nhất trong chức năng chuỗi, tập hợp đầy đủ các tác nhân tham gia và mỗi tác nhân làm đúng với chức năng của mình. Việc phân phối giá trị gia tăng thuần giữa các tác nhân trong hai kênh này cũng khá phù hợp, nhưng nếu để tạo động lực cho sự phát triển của CGT thì chúng ta cần phải tìm ra các giải pháp sao cho độ thụ hưởng GTGT thuần của người nuôi trong chuỗi được tăng lên. Hiện tại với quy mô đàn theo nông hộ nuôi nhỏ lẻ, việc nhận được khoảng 48% GTGT thuần trong chuỗi có thể chưa thật sự tạo được động lực lớn để hộ nuôi đưa ra quyết định tăng đàn trong tương lai.

### C. Phân tích lợi thế cạnh tranh ngành hàng bò thịt của tỉnh Trà Vinh

Qua khảo sát các tác nhân, đánh giá hiện trạng sản phẩm bò thịt ở Trà Vinh cho thấy các áp lực cạnh tranh của ngành:

#### Đối thủ cạnh tranh tiềm ẩn

Tuy Việt Nam là quốc gia có điều kiện tự nhiên phù hợp với chăn nuôi bò nhưng sản lượng thịt

bò Việt Nam chưa đáp nhu cầu tiêu dùng. Vì vậy, Việt Nam phải nhập khẩu thịt bò. Năm 2011, Việt Nam đã nhập khẩu 110 ngàn tấn thịt tươi sống, ướp lạnh, đông lạnh các loại, trong đó thịt trâu bò là 9 nghìn tấn, tương đương với 35,25 triệu USD [4]. Việt Nam nhập khẩu thịt bò từ bốn thị trường chính là Ấn Độ, Úc, Mỹ, New Zealand. Hầu hết các nhà hàng, khách sạn cao cấp của Việt Nam phải sử dụng thịt bò nhập khẩu từ Mỹ, Úc, New Zealand, các siêu thị cũng cung cấp thịt bò nhập khẩu (Metro, Co-opMark). Trong thời gian tới, do thuế nhập khẩu thịt bò các loại ở Việt Nam sẽ giảm theo lộ trình cắt giảm thuế quan đã cam kết với Tổ chức Thương mại Thế giới (WTO) nên giá thịt bò nhập khẩu sẽ rẻ hơn so với giá trong nước. Đây là một nguy cơ tiềm ẩn trong cạnh tranh về giá của thịt bò trong nước và nhập khẩu [3], [14]. Vì vậy, để tránh được nguy cơ cạnh tranh tiềm ẩn nêu trên, thị trường ngành chăn nuôi bò của tỉnh Trà Vinh phải phát triển đàn bò cả về số lượng và chất lượng. Đồng thời, giá cả cạnh tranh hơn để ngăn chặn nguy cơ cạnh tranh tiềm ẩn và giúp người tiêu dùng có thể tiếp cận và sử dụng thịt bò trong các bữa ăn.

Bảng 6: Phân tích kinh tế CGT bò thịt tỉnh Trà Vinh

Khoản mục	Người nuôi bò	Thu gom	Lò giết mổ	Bán sỉ/bán lẻ	Tổng
<b>Kênh 1: Người nông dân - Thu gom - Giết mổ - Bán sỉ/ Bán lẻ - Tiêu dùng</b>					
Giá bán (đ/kg)	100.000	105.000	150.000	190.000	
CP đầu vào (đ/kg)	31.800	100.000	105.000	150.000	
<b>GTGT (đ/kg)</b>	<b>68.200</b>	<b>5.000</b>	<b>45.000</b>	<b>40.000</b>	<b>158.200</b>
CP tăng thêm (đ/kg)	13.000	1.000	10.000	10.900	
<b>GTGT thuần (đ/kg)</b>	<b>55.200</b>	<b>4.000</b>	<b>35.000</b>	<b>29.100</b>	<b>123.300</b>
Lợi nhuận/chi phí (%)	123.2	4	30.4	18.1	
% GTGT	43.1	3,2	28.4	25.3	100
% GTGT thuần	44.8	3,2	28.4	23.6	100
<b>Kênh 2: Người nuôi bò - Thu gom - Giết mổ - Tiêu dùng</b>					
Giá bán (đ/kg)	100.000	105.000	190.000		
CP đầu vào (đ/kg)	31.800	100.000	105.000		
<b>GTGT (đ/kg)</b>	<b>68.200</b>	<b>5.000</b>	<b>85.000</b>		<b>158.200</b>
CP tăng thêm (đ/kg)	13.000	1.000	15.000		
<b>GTGT thuần (đ/kg)</b>	<b>55.200</b>	<b>4.000</b>	<b>70.000</b>		<b>129.200</b>
Lợi nhuận/chi phí (%)	123.2	4	58.33		
% GTGT	43.1	3.2	53.7		100
% GTGT thuần	42.7	3.1	54.2		100
<b>Kênh 3: Người nuôi bò - Giết mổ - Bán sỉ/ Bán lẻ - Tiêu dùng</b>					
Giá bán (đ/kg)	105.000		150.000	190.000	
CP đầu vào (đ/kg)	31.800		105.000	150.000	
<b>GTGT (đ/kg)</b>	<b>73.200</b>		<b>45.000</b>	<b>40.000</b>	<b>158.200</b>
CP tăng thêm (đ/kg)	13.000		11.000	10.900	
<b>GTGT thuần (đ/kg)</b>	<b>60.200</b>		<b>34.000</b>	<b>29.100</b>	<b>123.300</b>
Lợi nhuận/chi phí (%)	134.4		58.33	18.1	
% GTGT	46.3		28.4	25.3	100
% GTGT thuần	48.8		27.6	23.6	100
<b>Kênh 4: Người nuôi bò - Giết mổ - Tiêu dùng</b>					
Giá bán (đ/kg)	105.000		190.000		
CP đầu vào (đ/kg)	31.800		105.000		
<b>GTGT (đ/kg)</b>	<b>73.200</b>		<b>85.000</b>		<b>158.200</b>
CP tăng thêm (đ/kg)	13.000		14.000		
<b>GTGT thuần (đ/kg)</b>	<b>60.200</b>		<b>71.000</b>		<b>131.200</b>
Lợi nhuận/chi phí (%)	134.4		597		
% GTGT	46.3		53.7		100
% GTGT thuần	45.9		54.1		100

### Cạnh tranh giữa các đối thủ trong ngành

Đầu tư chăn nuôi bò với chi phí nhập ngành thấp do tận dụng được nguồn thức ăn có sẵn trong tự nhiên nên khi ngành hàng phát triển thì nhiều người chuyển đổi từ những hoạt động sản xuất khác sang nuôi bò hoặc sẽ phát sinh những hộ mới tham gia nuôi bò tạo nên sự cạnh tranh giữa các hộ nuôi bò với nhau. Do đó, ngành hàng này sẽ có khuynh hướng tăng giảm lợi nhuận có tính

chu kỳ theo quy luật cung cầu, như khi sản lượng gia tăng thì giá bán sẽ giảm xuống [13], [15].

Qua phân tích cho thấy, thịt bò của tỉnh Trà Vinh được tiêu thụ 20% ở thị trường ngoài tỉnh, trong khi đó, chăn nuôi bò ở các tỉnh khác đang dần được củng cố về số lượng và chất lượng. Điều này địa phương có thể tự đáp ứng được nhu cầu thịt bò và cạnh tranh với thịt bò tỉnh Trà Vinh. Do đó, ngành chăn nuôi bò của tỉnh Trà Vinh

cần được quy hoạch phát triển, củng cố, cải tiến con giống và nâng cao chất lượng thịt bò để đảm bảo giá bán trong tác nhân của chuỗi.

#### **Quyền lực thị trường của người mua**

Khả năng thương lượng giá cả mua bán của người chăn nuôi bò là rất thấp. Qua khảo sát cho thấy, người nuôi bò chưa tự quyết định giá bán mà chủ yếu là người mua đưa ra giá. Sau đó, hai bên cùng thỏa thuận nhưng phần lớn người thu mua thường dựa vào các tiêu chí để định giá nhằm ép giá người nuôi bò. Điều này làm cho bò được bán với giá thấp hơn so với thị trường và người chăn nuôi chịu nhiều thiệt thòi. Do đó, việc đẩy mạnh các hoạt động xúc tiến thương mại và nối kết thị trường trở nên rất quan trọng cho việc tiêu thụ bò của tỉnh.

#### **Quyền lực thị trường của nhà cung cấp giống**

Kết quả khảo sát cho thấy, phần lớn người nuôi bò mua con giống (bê con) từ những người nuôi bò khác tại địa phương nên việc thương lượng giá giữa hai bên cũng rất dễ dàng. Tuy nhiên, người nuôi bò không chọn lọc được con giống tốt để nuôi do dễ xảy ra cận huyết làm ảnh hưởng đến chất lượng thịt bò. Tuy nhiên, nếu người chăn nuôi có nhu cầu mua con giống chất lượng cao thì họ thường gặp khó khăn. Do người cung cấp gần như độc quyền trong phân phối con giống chất lượng cao (trang trại sản xuất con giống chất lượng ít, trong khi nhu cầu sử dụng con giống quá nhiều) nên giá con giống khá cao. Vì vậy, việc nghiên cứu để cung ứng con giống có chất lượng, những loại giống có nhu cầu, năng suất cao cần được quan tâm thực hiện.

#### **Áp lực cạnh tranh từ sản phẩm thay thế**

Thịt bò của tỉnh Trà Vinh chịu áp lực cạnh tranh cao từ những sản phẩm thay thế: người tiêu dùng có thể lựa chọn thịt heo, gà, vịt, cá... Thêm vào đó, do giá thịt bò cao hơn nhiều so với các loại thịt khác nên người tiêu dùng dễ dàng thay thế thịt bò bằng những thực phẩm khác. Có thể nói, thịt bò là một loại thực phẩm chịu áp lực cạnh tranh rất cao từ sản phẩm thay thế.

Để phát triển ngành hàng bò thịt, tỉnh Trà Vinh cần sử dụng lợi thế của địa phương về điều kiện tự nhiên, kinh nghiệm sản xuất, tận dụng những hỗ trợ hiện có cho ngành chăn nuôi bò của tỉnh để hạn chế, khắc phục những rủi ro có thể xảy ra.

Bên cạnh đó, tỉnh Trà Vinh cần nâng cao năng lực sản xuất và thị trường cho các tác nhân trong chuỗi thông qua các hoạt động tập huấn kỹ thuật, liên kết trong sản xuất và tiêu thụ để hạn chế những áp lực cạnh tranh có thể xảy ra.

#### **D. Đề xuất giải pháp nâng cấp chuỗi**

- Nâng cao năng lực tiếp cận nguồn vốn cho các tác nhân trong chuỗi: Chiến lược này dựa vào thực tế thiếu vốn của hầu hết các tác nhân trong chuỗi với các cơ hội đã và sẽ hiện hữu tại tỉnh như các chính sách hỗ trợ nông nghiệp của Nhà nước, địa phương và sự hỗ trợ từ các dự án. Chiến lược này được thực hiện sẽ góp phần nâng cao năng lực vốn cho các tác nhân trong chuỗi. Do vậy, nó sẽ góp phần làm giảm chi phí tăng thêm trong quá trình sản xuất và tiêu thụ. Cuối cùng, nó sẽ làm tăng tổng lợi nhuận của chuỗi.

- Xây dựng hệ thống cung cấp thông tin thị trường, giá cả: Qua phân tích khả năng thương lượng giá của các tác nhân, tỉnh Trà Vinh cần phải có hệ thống cung cấp thông tin thị trường, cung cấp thông tin đến những tác nhân trong chuỗi để họ nắm thông tin giá cả, nhu cầu thị trường... một cách chính xác, đầy đủ hơn giúp họ có thể chia sẻ được rủi ro khi thị trường biến động theo hướng bất lợi và chia sẻ lợi ích hài hòa hơn khi thị trường hưng thịnh, tạo sự gắn kết chặt chẽ giữa tác nhân.

- Phát triển hệ thống lò giết mổ và liên kết giữa nhà chăn nuôi và lò giết mổ: Những lò giết mổ tại địa phương giết mổ theo phương thức thủ công, công suất chưa cao. Vì vậy, các lò giết mổ cần trang bị trang thiết bị hiện đại trong khâu giết mổ nhằm nâng cao công suất giết mổ tại địa phương và góp phần kiểm soát tốt chất lượng sản phẩm, sản phẩm đáp ứng được yêu cầu vệ sinh an toàn thực phẩm. Bên cạnh đó, giữa người nuôi bò và lò giết mổ cần có sự liên kết trực tiếp để giảm bớt khâu trung gian, tăng lợi nhuận cho toàn chuỗi.

- Cải thiện chất lượng đàn bò: Nghiên cứu xác định giống bò ngoại và phương thức lai phù hợp để cải tạo tầm vóc, tăng trọng, chất lượng và tỉ lệ xẻ thịt của đàn bò trong tỉnh. Đây là hướng phát triển lâu dài. Trước mắt, tỉnh Trà Vinh cần nhanh chóng nâng cao tỉ lệ đàn bò lai Sind hiện có, đồng thời tuyển chọn các bò bố mẹ tốt tại địa



phương, áp dụng các giải pháp cải tiến kỹ thuật chăn nuôi tiên tiến để cải thiện tăng trọng, trọng lượng xuất chuồng và chất lượng thịt của đàn bò hiện tại.

- Phát triển các mối liên kết ngang và liên kết dọc: Phát triển liên kết ngang và liên kết dọc là tiền đề quan trọng để thúc đẩy sự phát triển ổn định và bền vững của chuỗi ngành hàng. Thực hiện được chiến lược này sẽ giúp cho người nuôi bò nâng cao được lợi nhuận, giảm khâu trung gian và đặc biệt sẽ tạo điều kiện liên kết với các doanh nghiệp trong khâu tiêu thụ, góp phần ổn định thu nhập. Chiến lược này được thực hiện dựa vào việc tận dụng sự hỗ trợ của Nhà nước, địa phương và dự án để khắc phục nhược điểm sản xuất nhỏ, lẻ hiện nay.

- Tổ chức lại hệ thống phân phối bằng cách rút ngắn kênh thị trường. Xây dựng kết nối thị trường giữa nhà thu mua và các tổ chức nông dân chăn nuôi bò.

- Nâng cao năng lực liên kết cho các tác nhân tham gia chuỗi: Việc liên kết giữa những người chăn nuôi với nhau, thực hiện hợp đồng sản xuất và tiêu thụ giữa các tác nhân để tạo sự chủ động trong việc cung cấp và tiêu thụ theo yêu cầu thị trường.. Người chăn nuôi cần hướng đến việc bán sản phẩm trực tiếp cho các nhà máy chế biến sản phẩm thịt bò giá trị gia tăng để làm tăng thu nhập, lợi nhuận..

## V. KẾT LUẬN

Qua phân tích chuỗi giá trị ngành hàng bò thịt tỉnh Trà Vinh, chuỗi bao gồm các thành phần như tác nhân tham gia chuỗi: người cung cấp đầu vào, người nuôi (gồm có nông dân và trang trại), người thu gom, lò giết mổ, người bán sỉ, người bán lẻ và người tiêu dùng; kênh tiêu thụ trong chuỗi giá trị sản phẩm bò có bốn kênh thị trường. Trong đó, kênh 1 và kênh 2 là kênh tiêu thụ chính của người nuôi bò. Trong phân tích kênh thị trường chuỗi, nông dân và trang trại chăn nuôi bán bò trực tiếp cho hai đối tượng là người thu gom và lò giết mổ. Trường hợp nếu nông dân và trang trại chăn nuôi bò bán sản phẩm trực tiếp cho lò giết mổ thì lợi nhuận mà họ thu được sẽ cao hơn so với bán qua người thu gom. Tỷ suất lợi nhuận của người nuôi bò nhỏ lẻ và trang trại chăn nuôi bò chiếm tỉ lệ cao nhất trong kênh 4, kể đến là

kênh 1, kênh 2, kênh 3. Hoạt động chuỗi giá trị bò thịt còn qua nhiều khâu trung gian, điều này dẫn đến quản lý chuỗi cung ứng kém hiệu quả từ đầu vào đến đầu ra cũng như quản lý chất lượng từ đầu ra trở về đầu vào. Thật vậy, giá trị gia tăng của toàn ngành hàng thấp và phân phối cho nhiều tác nhân tham gia chuỗi, đặc biệt là hai tác nhân thu gom và lò giết mổ.

Để chuỗi giá trị bò thịt phát triển bền vững trong tương lai, chúng ta cần có chiến lược nâng cấp chuỗi: (1) nâng cao năng lực phát triển nguồn vốn và tăng cường cung cấp thông tin thị trường cho các tác nhân trong chuỗi, (2) đầu tư phát triển ngành hàng để có được sản phẩm chất lượng hơn cạnh tranh cao trên thị trường, (3) phát triển liên kết ngang giữa những người nuôi bò với nhau và liên kết dọc giữa người chăn nuôi với lò giết mổ/công ti chế biến sản phẩm thịt bò để giảm chi phí lưu thông, nâng cao chất lượng, tăng năng lực của người nuôi bò.

## TÀI LIỆU THAM KHẢO

- [1] Chi cục thú y tỉnh Trà Vinh Sở Nông nghiệp và Phát triển Nông thôn Trà Vinh. *Báo cáo tổng hợp tình hình chăn nuôi bò tỉnh Trà Vinh 2013 – 2014 – 2015-2016*; 2017.
- [2] Đặng Hữu Dứt. *Phân tích chuỗi giá trị bò tỉnh Vĩnh Long* [Luận văn Thạc sĩ]. Trường Đại học Cần Thơ; 2013.
- [3] Nguyễn Phú Sơn, Huỳnh Trường Huy, Nguyễn Thị Thu An, Lê Văn Gia Nhỏ, Lê Bửu Minh Quân. *Báo cáo rà soát, phân tích, đánh giá và xây dựng kế hoạch phát triển chuỗi giá trị ngành hàng bò sinh sản ở tỉnh Trà Vinh*; 2016.
- [4] Nguyễn Phú Sơn. *Phân tích chuỗi giá trị các sản phẩm bò, cừu và dê tỉnh Ninh Thuận*. Dự án hỗ trợ Tam nông, Trường Đại học Cần Thơ; 2012.
- [5] Kaplinsky. Globalization and Unequalization: What can be learned from value chain analysis. *Journal of development Studies*. 1999;37(2):117-146.
- [6] Kaplinsky R, Morris M. *A Handbook for Value Chain Research*. Brighton, United Kingdom: The Institute of Development Studies, University of Sussex; 2001.
- [7] Võ Thị Thanh Lộc, Nguyễn Phú Sơn. Phân tích chuỗi giá trị lúa gạo vùng Đồng bằng Sông Cửu Long. *Tạp chí Nông Nghiệp & Phát triển Nông thôn*. 2011;9:61-70.
- [8] Võ Thị Thanh Lộc. Phân tích chuỗi giá trị ột tại tỉnh Đồng Tháp. *Tạp chí Nông Nghiệp & Phát triển Nông thôn*. 2016;6:58-59.
- [9] GTZ Eschborn. *Phương pháp luận để thúc đẩy chuỗi giá trị*; 2007. Cẩm nang ValueLinks.

- [10] Marking markets work better for the poor (M4P) Project. *Marking value chains work better for the poor: A toolbook for practitioners of value chain analysis*. 3rd ed. UK: department for international development (PFID); 2008.
- [11] Võ Thị Thanh Lộc, Nguyễn Phú Sơn. *Giáo trình phân tích chuỗi giá trị sản phẩm (ứng dụng trong lĩnh vực nông nghiệp)*. Nhà Xuất bản Trường Đại học Cần Thơ; 2013.
- [12] Harberberg A. Swatting SWOT. *Cẩm nang Strategy Planning Society*. 2000;1:46–52.
- [13] Võ Thị Thanh Lộc. *Phân tích chuỗi giá trị bò tỉnh Trà Vinh*. Trường Đại học Cần Thơ; 2008.
- [14] Sở Nông nghiệp & Phát triển Nông thôn Trà Vinh. *Rà soát, điều chỉnh, bổ sung qui hoạch chuyển đổi cơ cấu sản xuất nông, lâm, diêm nghiệp và nuôi trồng thủy sản tỉnh Trà Vinh đến năm 2020, tầm nhìn 2030*; 2015.
- [15] Greene W H. *Econometric Analysis*. 6th ed. Prentice Hall: Upper Saddle River, NJ; 2008.