



Australian Government

Australian Centre for
International Agricultural Research

m4p

Making Markets Work Better for the Poor



Cải Thiện Các Chuỗi Giá Trị Hiệu Quả Hơn Cho Người Nghèo

Một Công cụ Hướng dẫn dành cho
Cán bộ Nghiên cứu và Phân tích Chuỗi Giá Trị

Tái bản lần thứ 4

Dominic Smith, Rodd Dyer và Tiago Wandschneider (Eds.)

ACIAR Chuyên Khảo Số 212

Cải Thiện Các Chuỗi Giá Trị Hiệu Quả Hơn Cho Người Nghèo

Một Công cụ Hướng dẫn dành cho
Cán bộ Nghiên cứu và Phân tích Chuỗi Giá Trị

Tái bản lần thứ 4

Dominic Smith, Rodd Dyer và Tiago Wandschneider (Eds.)

Trung tâm Nghiên cứu Nông nghiệp Quốc tế Úc (ACIAR) được thành lập vào tháng 6 năm 1982 theo Đạo luật của Quốc hội Úc. ACIAR hoạt động trong khuôn khổ của chương trình hỗ trợ phát triển quốc tế của Australia, với sứ mệnh hướng tới phát triển thành công hệ thống nông nghiệp bền vững và năng suất hơn, vì lợi ích của các nước đang phát triển và nước Úc. ACIAR ủy quyền nghiên cứu hợp tác giữa các nhà nghiên cứu Úc và các nước đang phát triển trong các lĩnh vực Úc có năng lực nghiên cứu đặc biệt. Trung tâm ACIAR cũng quản lý sự đóng góp của Úc cho các Trung tâm Nghiên cứu Nông nghiệp Quốc tế.

Tổng Giám đốc của ACIAR báo cáo trực tiếp cho Bộ trưởng Bộ Ngoại giao của Chính Úc. ACIAR chỉ hoạt động dựa trên việc phân bổ ngân sách từ Viện trợ phát triển chính thức (ODA) của Úc.

ACIAR không chứng thực hay phân biệt đối xử chống lại bất kỳ sản phẩm nào có tên thương hiệu được sử dụng trong ấn phẩm này.

CHUYÊN KHẢO ACIAR
Ấn phẩm này chứa các kết quả nghiên cứu ban đầu do ACIAR hỗ trợ hoặc tài liệu được coi là có liên quan đến các mục tiêu nghiên cứu và phát triển của ACIAR. Các nội dung trong ấn phẩm này có sẵn dưới dạng bản cứng, với số lượng hạn chế và bản mềm trên trang web ACIAR tại aciarc.gov.au

© Trung tâm Nghiên cứu Nông nghiệp Quốc tế Úc (ACIAR)

Nội dung trong cuốn sách này là có bản quyền. Ngoài bất kỳ mục đích sử dụng nào được cho phép theo *Đạo luật Bản quyền năm 1968*, không có phần nào được sao chép theo bất kỳ quy trình nào mà không có sự cho phép trước bằng văn bản của ACIAR, GPO Box 1571, Canberra ACT 2601, Australia, aciarc@aciarc.gov.au

Smith, D, Dyer, R, và Wandschneider, T (Eds.) 2020. **Cải Thiện Các Chuỗi Giá Trị Hiệu Quả Hơn Cho Người Nghèo: Một cuốn Công cụ Hướng dẫn dành cho Cán bộ Nghiên cứu và Phân tích Chuỗi Giá Trị**. ACIAR Chuyên khảo số. 212. Trung tâm Nghiên cứu Nông nghiệp Quốc tế, Canberra.

ACIAR Chuyên Khảo Số 212 (MN212)

ISSN 1031-8194 (bản in)
ISSN 1447-090X (online)
ISBN 978-1-922345-61-5 (bản in)
ISBN 978-1-922345-62-2 (online)

Thiết kế: James Do
jamesdo@labzistudio.com

Hoàn thiện 22 tháng 7 2020

Ảnh bìa: Quầy bán lẻ ở Hà nội bán rau Susu do nông dân dân tộc ít người tỉnh Hòa Bình, miền Bắc Việt Nam sản xuất. ©2009CIAT/NeilPalmer

NHÓM ĐÁNH GIÁ NỘI DUNG KỸ THUẬT (PHIÊN BẢN THỨ TƯ)

Estelle Bienabe	Trung tâm Hợp tác Quốc tế Nghiên cứu Nông nghiệp phục vụ Phát triển (CIRAD)
Oleg Nicetic	Đại Học Queensland
Jeff Nielson	Đại Học Sydney
Đào Thế Anh	Viện Khoa học Nông nghiệp Việt Nam (VAAS)
Phạm Thị Hạnh Thơ	Trung tâm Nghiên cứu và Phát triển Hệ thống nông nghiệp (CASRAD)
Scott Waldron	Đại Học Queensland

NGƯỜI ĐÓNG GÓP KHÁC (PHIÊN BẢN THỨ TƯ)

Nozomi Karawazuka	Tổ chức Khoai Tây Thế Giới
Emily Miller	Chuyên gia về giới và phát triển khởi tư nhân

TÁC GIẢ, BIÊN TẬP VIÊN VÀ NGƯỜI ĐÓNG GÓP CHÍNH CHO PHIÊN BẢN LẦN THỨ 1 ĐẾN LẦN THỨ 3

Phiên bản 1

Dominic Smith
Luigi Cuna

Phiên bản 2

Michael van den Berg
Marije Boomsma
Ivan Cucco
Luigi Cuna
Nico Janssen
Paule Moustier
Laura Prota
Tim Purcell
Dominic Smith
Siebe van Wijk

Phiên bản 3

Tổng Biên Tập:
Tim Purcell
Stephen Gniel
Rudy van Ghent

Phó Tổng Biên Tập:
Alan Johnson
Dominic Smith

Ban Biên Tập:
Đào Thế Anh
Nico Janssen
Nguyễn Trí Khiêm
Philip Psilos
Trương Văn Tuyên
Pieter Ypma



Phụ nữ dân tộc ít người tại tỉnh Hòa Bình, miền Bắc Việt Nam đã phát triển thành công chuỗi giá trị rau Susu và tăng thu nhập.
Ảnh: ©2009CIAT/NeilPalmer

Nội dung

PHẦN 1

1. Giới Thiệu Sách Hướng Dẫn Chuỗi Giá Trị	Giới Thiệu	2
	Đối Tượng nào nên Sử Dụng Sách Hướng Dẫn Đây?	4
	Các Phần Chính của Sách Hướng Dẫn	4
	Hướng Dẫn Sử Dụng Sách	5

2. Các Khái Niệm Chuỗi Giá Trị	Từ Xuất Phát Điểm vì Người Nghèo đến Hòa Nhập Giới và Xã Hội	12
	Bình Đẳng Giới, Trao Quyền cho Phụ Nữ và Hòa nhập Xã hội	14
	Các Khái Niệm về Chuỗi Giá Trị	17
	Những Phương Diện Chính của Phân Tích Chuỗi Giá Trị	20
	Mở Ra Bối Cảnh và Khái Niệm	29

3. Các Phương Pháp và Thu Thập Dữ Liệu	Giới Thiệu	38
	Mục Tiêu	40
	Áp Dụng Lăng Kính Giới	40
	Các Phương Pháp Thu Thập Dữ Liệu	44
	Xác Minh và Diễn Giải Dữ Liệu	62
	Chọn Mẫu và Thu Thập Thông Tin	64
	Số Lượng Thành Viên và Thành Phần Nhóm Nghiên Cứu	67

PHẦN 2

Công cụ 1	Giới Thiệu	74
	Mục Tiêu	76
Sắp Xếp Thứ Tự Ưu Tiên Các Chuỗi Giá Trị	Các Bước Tiến Hành	76
	Những Điều Cần Biết sau khi Hoàn Thành Phân Tích	95

Công cụ 2	Giới Thiệu	100
	Mục Tiêu	102
Lập Sơ Đồ Chuỗi Giá Trị	Các Bước Tiến Hành	102
	Những Điều Cần Biết sau khi Hoàn Thành Phân Tích	128

Công cụ 3	Giới Thiệu	132
	Mục Tiêu	134
Quản Trị	Các Bước Tiến Hành	134
	Những Điều Cần Biết sau khi Hoàn Thành Phân Tích	152

Công cụ 4	Giới Thiệu	156
	Mục Tiêu	160
Liên Kết, Quyền Lực và Sự Tin Tưởng	Các Bước Tiến Hành	160
	Những Điều Cần Biết sau khi Hoàn Thành Phân Tích	174

Công cụ 5	Giới Thiệu	178
	Mục Tiêu	179
Các Chi Phí và Lợi Nhuận	Các Bước Tiến Hành	180
	Những Điều Cần Biết sau khi Hoàn Thành Phân Tích	197

Công cụ 6	Giới Thiệu	202
	Mục Tiêu	204
Phân Phối Thu Nhập	Các Bước Tiến Hành	205
	Những Điều Cần Biết sau khi Hoàn Thành Phân Tích	217

Công cụ 7	Giới Thiệu	224
	Mục Tiêu	226
Phân Phối Việc Làm	Các Bước Tiến Hành	228
	Những Điều Cần Biết sau khi Hoàn Thành Phân Tích	245

Công cụ 8	Giới Thiệu	252
	Mục Tiêu	254
Các Lựa Chọn Nâng Cấp	Các Chiến Lược Nâng Cấp	254
	Các Bước Tiến Hành	258

Danh sách các hình

2. Các Khái Niệm Chuỗi Giá Trị

Hình 1. Sơ đồ chuỗi giá trị thể hiện các tác nhân trực tiếp, gián tiếp và những ành hưởng bên ngoài

Hình 2. Sự phức tạp của chuỗi giá trị sản tại Sơn La (miền Bắc, Việt Nam) năm 2016, cùng với các dạng sản phẩm, các kênh và người dùng đầu cuối

Hình 3. Các hình thức và quy mô vốn xã hội

Hình 4. Các mô hình chuỗi giá trị kinh doanh và các cơ chế quản trị

Hình 5. Sơ đồ loại hình các chiến lược nâng cấp

3. Các Phương Pháp và Thu Thập Dữ Liệu

Hình 1. Mô hình lồng ghép yếu tố giới trong tất cả các giai đoạn của chu kì nghiên cứu

Hình 2: Giá bán buôn trung bình hàng tuần của sản phẩm xoài Harumanis loại A ở Jakarta (tháng 1 năm 2010 - tháng 12 năm 2012)

Công cụ 2

Lập Sơ Đồ Chuỗi Giá Trị

Hình 1. Ví dụ các bước lập sơ đồ các công đoạn chính

Hình 2. Hợp nhất các kênh thị trường và các tác nhân vào một Sơ Đồ Chuỗi Giá Trị

Hình 3. Ví dụ giả lập về việc sơ đồ hóa các tác nhân và các hoạt động có tính đến yếu tố bao trùm xã hội

Hình 4. Ví dụ giả lập về trường hợp chuỗi giá trị sản ở miền Bắc, Việt Nam

Hình 5. Một ví dụ về đưa các tỷ lệ sản phẩm vào Sơ Đồ Chuỗi Giá Trị

Hình 6. Khối lượng, giá cả và loại hình sản phẩm trong một Sơ Đồ Chuỗi Giá Trị Sản

Hình 7. Các Sơ Đồ Chuỗi Giá Trị hoàn chỉnh cho sản phẩm sản tươi, sản lát và tinh bột sản

Hình 8. Sơ đồ hóa các mối quan hệ và liên kết qua lăng kính giới- trường hợp chuỗi giá trị thủy sản tại duyên hải Kilifi, Kenya

Hình 9. Tác nhân trực tiếp, tác nhân gián tiếp và các ành hưởng bên ngoài tới Chuỗi Giá Trị

Hình 10. Tổng hợp các luồng thông tin vào Sơ Đồ Chuỗi Giá Trị

Hình 11. Kết hợp các nhóm xã hội mục tiêu vào trong Sơ Đồ Chuỗi Giá Trị

Hình 12. Lập sơ đồ địa lý cho vị trí phân bố của các công đoạn và các tác nhân chính trong chuỗi giá trị sản

Công cụ 3

Quản Trị

Hình 1. Phân loại chuỗi giá trị toàn cầu

Hình 2. Biểu đồ xếp hạng hạt điều Ấn Độ

Hình 3. Ví dụ về các tiêu chuẩn và quy định ở các bước trong mỗi một công đoạn khác nhau của chuỗi giá trị

Công cụ 4

Liên Kết, Quyền Lực và Sự Tin Tưởng

Hình 1. Mối liên kết của các hộ nông dân với các tổ chức khác nhau

Hình 2. Ví dụ về lập sơ đồ tổ chức thể hiện các mối liên kết giữa các tác nhân

Công cụ 5

Các Chi Phí và Lợi Nhuận

Hình 1. Tỷ suất lợi nhuận của chuỗi giá trị của các tác nhân ở các công đoạn khác nhau trong chuỗi giá trị ở dạng phần trăm so với tổng giá trị gia tăng

Công cụ 6

Phân Phối Thu Nhập

Hình 1. So sánh thu nhập ròng từ sản xuất gạo với mức chuẩn nghèo – Diện tích đất ruộng tối thiểu cần thiết cho một hộ gia đình 4 nhân khẩu ở đồng bằng sông Hồng, Việt Nam

Hình 2. Khó khăn về tiền mặt hàng tháng theo các nhóm giàu nghèo

Hình 3. Các nguồn sinh kế của nông dân trồng sản tại Đắc Lắc (2016), theo 4 nhóm thu nhập (Q)

Hình 4. Các nguồn thu nhập bằng tiền mặt của nông dân trồng sản tại Đắc Lắc (2016), theo 4 nhóm hộ phân theo mức thu nhập (Q)

Hình 5. So sánh lợi nhuận biên của các kênh phân phối với các hệ thống quản trị khác nhau trong chuỗi giá trị bông ở Zambia

Bảng 4. Phân phối thu nhập và lợi nhuận trong chuỗi giá trị bông ở Zambia

Công cụ 7

Phân Phối Việc Làm

Hình 1. Ví dụ về phân phối việc làm ở các kênh thị trường khác nhau trong chuỗi giá trị

Hình 2. Ví dụ về việc làm theo các cơ cấu quản trị khác nhau trong chuỗi giá trị bông ở Zambia

Hình 3. Tỷ lệ việc làm của phụ nữ ở các công đoạn khác nhau trong các kênh phân phối khác nhau thuộc chuỗi giá trị gia vị ở Tanzania

Hình 4. Biểu đồ minh họa các cản trở về lao động theo các phân loại hộ gia đình khác nhau trong năm

Danh sách các bảng

1. Giới Thiệu Sách Hướng Dẫn Chuỗi Giá Trị

Bảng 1. Các công cụ để phân tích các phương diện khác nhau của chuỗi giá trị

Công cụ 1

Sắp Xếp Thứ Tự Ưu Tiên Các Chuỗi Giá Trị

Bảng 1. Các tiêu chí và chỉ số để đánh giá và sắp xếp thứ tự chuỗi giá trị ưu tiên

Bảng 2. Ví dụ ma trận chấm điểm và xếp hạng chuỗi giá trị

Công cụ 2

Lập Sơ Đồ Chuỗi Giá Trị

Bảng 1. Đưa các bước bước của công đoạn và tác nhân cốt lõi vào Bảng Chuỗi Giá Trị

Bảng 2. Bảng Chuỗi Giá Trị trình bày các công đoạn, tác nhân và hoạt động

Bảng 3. Ví dụ các luồng sản phẩm trong chuỗi giá trị lợn thịt ở Bến Tre, Việt Nam

Bảng 4. Giá, chi phí và giá trị gia tăng theo chuỗi giá trị sản tươi (USD/tấn), Kratie/ Tây Ninh 2-16-2017

Bảng 5. Bảng Chuỗi Giá Trị trình bày các công đoạn, tác nhân, hoạt động và số lượng tác nhân

Bảng 6. Bảng Chuỗi Giá Trị, bao gồm các công đoạn, tác nhân, hoạt động, các tác nhân gián tiếp/nhà cung cấp dịch vụ và những ảnh hưởng bên ngoài

Bảng 7. Ví dụ về các cản trở và giải pháp để xuất có lông ghép yếu tố giới

Công cụ 3

Quản Trị

Bảng 1. Ví dụ Bảng xếp hạng của Lớp học Marketing cho Nông dân (Sản phẩm Hạt đậu đũa Kampot, Campuchia)

Bảng 2. Các tác nhân trực tiếp và gián tiếp hỗ trợ doanh nghiệp đáp ứng các quy tắc chuỗi

Công cụ 4

Liên Kết, Quyền Lực và Sự Tin Tưởng

Bảng 1. Ma trận các chỉ số liên kết của các nhóm mục tiêu được phỏng vấn với các tác nhân, nhóm và tổ chức khác

Bảng 2. Sự khác biệt giữa các chuỗi giá trị có sự tin tưởng thấp và cao

Bảng 3. Ví dụ về ma trận mức độ tin tưởng giữa các tác nhân

Công cụ 5

Các Chi Phí và Lợi Nhuận

Bảng 1. Ví dụ về chi phí vận hành trong một doanh nghiệp trong chuỗi giá trị

Bảng 2. Ví dụ về chi phí hoạt động (Chi phí cố định và chi phí biến đổi) cho một doanh nghiệp nuôi bò sữa

Bảng 3. Ví dụ về trình bày tổng hợp chi phí giữa các tác nhân trong chuỗi giá trị

Bảng 4. Tính toán tỷ suất lợi nhuận trong thương mại hóa sản phẩm - công thức tính tỷ lệ

Bảng 5. Tính toán tỷ suất lợi nhuận trong quá trình thương mại hóa sản phẩm - ví dụ về cách trình bày cách tính tỷ suất lợi nhuận của chuỗi giá trị

Công cụ 6

Phân Phối Thu Nhập

Bảng 1. Ví dụ về phân phối thu nhập trong chuỗi giá trị lụa ở Thái Lan

Bảng 2. Ví dụ về cách tính dòng tiền hàng tháng

Bảng 3. Thu nhập bình quân của hộ nông từ nhiều nguồn khác nhau (đô la Mỹ /năm) theo 4 nhóm thu nhập (2016)

Bảng 4. Phân phối thu nhập và lợi nhuận trong chuỗi giá trị bông ở Zambia

Công cụ 7

Phân Phối Việc Làm

Bảng 1. Ước tính về việc làm trong chuỗi giá trị thịt bò và gia súc ở phía miền Đông In-đô-nê-si-a, 2011

Bảng 2. Việc làm tạo ra từ hoạt động bán rau

Bảng 3. Ví dụ về ma trận miêu tả số lượng tác nhân được chia thành các nhóm khác nhau ở từng công đoạn của chuỗi giá trị

Bảng 4. Các chỉ số sử dụng nhân công lao động chính (kết quả của mô hình CAEGTibet)

Công cụ 8

Các Lựa Chọn Nâng Cấp

Bảng 1. Những rào cản chủ yếu cho các tác nhân khác nhau trong chuỗi giá trị xoài ở quận Situbondo và Lombok, miền Đông In-đô-nê-si-a

Bảng 2. Các giải pháp và chiến lược cho các chuỗi giá trị xoài ở miền Đông In-đô-nê-si-a

Bảng 3. Các giải pháp và chiến lược được thực hiện nhằm phát triển các chuỗi giá trị rau an toàn và cải thiện sinh kế ở huyện Mộc Châu, miền Bắc Việt Nam

Bảng 4. Những phương diện quan trọng cần xem xét khi lựa chọn các nội dung nâng cấp tiềm năng nhất cho phụ nữ

Bảng 5. Những lưu ý để đưa phụ nữ vào các hoạt động nâng cấp kiến thức và kỹ năng

Danh sách các hộp

2. Các Khái Niệm Chuỗi Giá Trị

Hộp 1: Các định nghĩa và khái niệm chính

3. Các Phương Pháp và Thu Thập Dữ Liệu

Hộp 1: Những câu hỏi cần đề cập để hiểu về bình đẳng giới và trao quyền kinh tế cho phụ nữ

Hộp 2: Ví dụ về nguồn dữ liệu thứ cấp

Hộp 3: Tiếp cận và sử dụng thông tin giá cả thứ cấp trong nghiên cứu chuỗi giá trị sản phẩm xoài ở miền Đông In-đô-nê-si-a

Hộp 4: Ví dụ về danh mục các nội dung phỏng vấn bán cấu trúc dành cho những nhà bán buôn, được sử dụng trong nghiên cứu chuỗi giá trị xoài ở miền Đông In-đô-nê-si-a

Hộp 5: Các hoạt động thu thập thông tin thông qua thảo luận nhóm

Hộp 6: Ví dụ về các chiến lược lấy mẫu cho khảo sát chuỗi giá trị

Hộp 7: Thu thập dữ liệu bằng kỹ thuật số

Hộp 8: Kiểm tra chéo thông qua các phương pháp và dữ liệu khác nhau trong một nghiên cứu về việc nhập khẩu xoài qua biên giới Trung Quốc và Việt Nam

Hộp 9: Lời khuyên cho việc cân nhắc về ngôn ngữ và thuật ngữ địa phương

Công cụ 1

Sắp Xếp Thứ Tự Ưu Tiên Các Chuỗi Giá Trị

Hộp 1: Danh sách lựa chọn cây trồng và vật nuôi trong hệ thống nông nghiệp mang lại lợi nhuận cao hơn và bền vững ở Sơn La, Việt Nam

Hộp 2: Tiêu chí lựa chọn chuỗi giá trị vì người nghèo ở miền Đông In-đô-nê-si-a

Hộp 3: Các tiêu chí của Agri-ProFocus cho hoạt động chọn lựa chuỗi giá trị có tính đến yếu tố giới

Hộp 4: Đánh trọng số bằng tỷ lệ phần trăm trong lựa chọn các chuỗi giá trị vì người nghèo ở miền Đông In-đô-nê-si-a.

Hộp 5: Đánh trọng số bằng tỉ lệ phần trăm cho hoạt động lựa chọn chuỗi giá trị có tính đến yếu tố giới trong ba vùng của Albania

Hộp 6: Chấm điểm và xếp hạng các chuỗi giá trị ở miền Đông In-đô-nê-si-a dựa vào tiềm năng sinh lợi cho người nghèo

Hộp 7: Chấm điểm các chuỗi giá trị trong 3 vùng tại Albania dựa theo tiềm năng giảm nghèo và trao quyền cho phụ nữ

Công cụ 2

Lập Sơ Đồ Chuỗi Giá Trị

Hộp 1: Lập Sơ Đồ Tổ Chức theo Phương Pháp có sự Tham Gia

Hộp 2: Nông dân nữ tiếp cận thông tin và kiến thức

Hộp 3: Hoạt động lập sơ đồ thông tin và kiến thức sử dụng phương pháp Có sự Tham Gia

Công cụ 3

Quản Trị

Hộp 1: Cơ sở hướng tới các doanh nghiệp đầu ngành trong phát triển chuỗi giá trị

Hộp 2: Các thứ hạng tính cho 350g hạt cà phê xanh

Hộp 3: Ủy ban Tiêu chuẩn Thực phẩm quốc tế (Codex)

Hộp 4: Các câu hỏi hướng dẫn dành cho những tác nhân cung cấp tin chính

Hộp 5: Những tác động của việc thay đổi các quy định đối với phụ nữ và nam giới bán hàng rong tại Hà Nội, Việt Nam

Công cụ 4

Liên Kết, Quyền Lực và Sự Tin Tưởng

Hộp 1: “Cà phê thu mua theo quan hệ”, sự tin cậy và liên kết trong ngành Cà phê Đặc sản

Hộp 2: Các loại quyền lực trong các chuỗi giá trị toàn cầu

Hộp 3: Mối quan hệ, liên kết và sự tin tưởng đặc trưng cho giới, trong trường hợp người bán rong tại Hà Nội

Công cụ 5

Các Chi Phí và Lợi Nhuận

Hộp 1: Hiểu được những đóng góp tương đối vào tổng thu nhập, doanh thu và chi phí

Hộp 2: Ghi nhận những việc làm không được trả lương của phụ nữ cho sản xuất nông nghiệp và nội trợ

Hộp 3: Ví dụ về tính toán chi phí vận chuyển

Hộp 4: Tính toán hao hụt sản phẩm

Hộp 5: Ví dụ về tính giá bán bình quân có trọng số

Công cụ 6

Phân Phối Thu Nhập

Hộp 1: Ví dụ về câu hỏi khảo sát kiểm tra mức độ ràng buộc tiền mặt theo mùa

Danh sách các hộp (Tiếp)

Công cụ 7

Phân Phối Việc Làm

Hộp 1: Định nghĩa hữu ích về việc làm

Hộp 2: Ví dụ về việc làm tại các công đoạn khác nhau thuộc chuỗi giá trị

Hộp 3: Ví dụ về câu hỏi khảo sát để tính cấp độ việc làm

Hộp 4: Ví dụ cho câu hỏi khảo sát về cách tính toán sự cản trở về lao động

Hộp 5: Phương pháp so sánh theo tỉ lệ tương đương các thông tin thu thập được từ mô hình sử dụng lao động thời vụ tại trang trại

Công cụ 8

Các Lựa Chọn Nâng Cấp

Hộp 1: Công nghệ dành cho phụ nữ nông dân

Hộp 2: Những trở ngại và vấn đề chính trong nâng cấp các chuỗi giá trị xoài miền Đông In-đô-nê-si-a

Hộp 3: Nâng cấp các chuỗi giá trị rau và sinh kế tại Mộc Châu, Việt Nam

Hộp 4: Mô tả và cơ sở cho giải pháp nâng cấp để thúc đẩy sản xuất trái vụ

Hộp 5: Nhận diện những trở ngại về giới đối với việc nâng cấp: trường hợp chuỗi giá trị xuất khẩu quả bơ ở Kenya

Hộp 6: Tóm lược các hành động can thiệp để tạo điều kiện sản xuất xoài chín sớm

1. Giới Thiệu Sách Hướng Dẫn Chuỗi Giá Trị

Giới Thiệu	2
Đối Tượng nào nên Sử Dụng Sách Hướng Dẫn Này?	4
Các Phần Chính của Sách Hướng Dẫn	4
Hướng Dẫn Sử Dụng Sách	5

Giới Thiệu

Quyển sách này cung cấp kiến thức cho các tác nhân thực hiện các hoạt động liên quan đến chuỗi giá trị với các công cụ để sử dụng để phân tích chuỗi giá trị, tập trung vào các vấn đề như đói nghèo, giới tính và các vấn đề về xã hội. Mặc dù trên thực tế đã có nhiều sách hướng dẫn về phân tích chuỗi giá trị, mục tiêu chủ đạo của cuốn sách này là nhằm giới thiệu các công cụ phân tích thiết thực để xác định những tác động can thiệp đến chuỗi giá trị một cách bao trùm và có lợi cho các đối tượng như người nghèo, phụ nữ và nam giới hoặc các nhóm

Chỗ thức ăn cho gia súc
gần Tỉnh Kampong Cham,
Campuchia.
Ảnh: ©2009CIAT/NeilPalmer



yếu thế khác. Phụ nữ thường không được hiện diện trong các hệ thống chuỗi giá trị chính thống. Việc không cân nhắc kĩ lưỡng vai trò của phụ nữ cũng như việc họ không được trả lương cho những đóng góp sức lao động cho các hoạt động của hộ gia đình và các hoạt động xuyên suốt trong chuỗi giá trị, vô hình chung đã khiến cho tiếng nói của phụ nữ có thể dễ dàng bị bỏ qua. Do đó, cuốn sách này đã được sửa đổi bổ sung nhằm chú trọng nữa tới phụ nữ cũng như các nhóm yếu thế trong xã hội.

Thảo luận nhóm về vấn đề nâng
cao các phương pháp trồng sản tại
tỉnh Kampong Cham, Campuchia.
Ảnh: 2015CIAT/Georgina Smith



Đối Tượng nào nên Sử Dụng Sách Hướng Dẫn Đây?

Quyển sách này được thiết kế như một cuốn cẩm nang hướng dẫn ngắn gọn, súc tích để các tác nhân hoạt động trong lĩnh vực nghiên cứu dự án, phát triển sử dụng hoặc xác định cơ hội đầu tư. Trọng tâm là cung cấp các công cụ để áp dụng và đưa ra giải thích rõ ràng về cách thức sử dụng các công cụ này. Do đó quyển sách này trình bày các bước sử dụng các công cụ trong các phân tích chuỗi giá trị. Cần chú ý rằng, mặc dù lý thuyết chuỗi giá trị được xem như là cơ sở xây dựng các công cụ, nhưng các phương diện thực tiễn trong phân tích lại đóng vai trò quan trọng hơn khi thực hành.

Quyển sách được soạn thảo dành cho cán bộ nghiên cứu và các tác nhân hoạt động trong lĩnh vực chuỗi giá trị. Đồng thời nó cũng hỗ trợ các nhà hoạch định chính sách hiểu hơn về cách thức tổ chức thị trường và nâng cấp chuỗi giá trị giúp cải thiện vị thế của người nghèo, hộ nông dân nhỏ, doanh nghiệp nông nghiệp quy mô nhỏ hoặc các nhóm yếu thế. Những nguyên tắc được trình bày trong sách hướng dẫn này cũng giúp nhà hoạch định chính sách xác định được các chuỗi giá trị và lĩnh vực cần phải hỗ trợ.

Những người sử dụng cuốn sách này có mong muốn phát triển chuỗi giá trị cạnh tranh và có tính bao trùm hơn thông qua việc tạo ra cơ hội cho nhiều người hơn để họ có thể tham gia vào thị trường, gia tăng thu nhập và cơ hội nghề nghiệp. Do đó, các can thiệp được phát triển nhờ áp dụng các công cụ phân tích trong sách hướng dẫn này cần phải có trọng tâm rõ ràng trong việc cải thiện sinh kế của đối tượng người nghèo, phụ nữ hoặc các nhóm yếu thế khác.

Các Phần Chính của Sách Hướng Dẫn

Quyển sách có cấu trúc gồm hai phần chính.

Phần đầu tiên giới thiệu cơ sở lý thuyết về chuỗi giá trị, giải thích luận điểm dẫn nhập phân tích chuỗi giá trị vì người nghèo và bao trùm, cũng như sơ lược về bộ công cụ bao gồm các phương pháp và cách thức tiếp cận chính trong việc thu thập dữ liệu và thông tin cần thiết để thực hiện phân tích chuỗi giá trị.

Phần thứ hai bao gồm tám công cụ thực hành trong phân tích chuỗi giá trị có thể được sử dụng để phân tích các phương diện khác nhau trong chuỗi giá trị.

Hai công cụ đầu tiên mang tính tổng quát đó là: lựa chọn chuỗi giá trị và lập sơ đồ chuỗi giá trị. Hai công cụ tiếp theo là hai công cụ định tính, dùng để phân tích cấu trúc quản trị, các mối liên kết và cơ hội nâng cấp chuỗi giá trị. Theo sau đó là ba công cụ định lượng để phân tích chi phí và lợi nhuận biên, phân bổ thu nhập và phân bổ việc làm trong chuỗi giá trị. Công cụ cuối cùng là công cụ kết hợp cả dữ liệu định tính và định lượng từ các công cụ trước đó nhằm xác định cơ hội nâng cấp chuỗi giá trị. Thông tin liên quan đến việc áp dụng xuất phát điểm vì người nghèo, giới tính và bao trùm xã hội được tích hợp thông qua các công cụ phân tích chuỗi giá trị như một chủ đề xuyên suốt thay vì là chủ đề của các công cụ riêng lẻ.

Các ví dụ cụ thể về cách ứng dụng các công cụ phân tích chuỗi giá trị khác nhau được trình bày dưới dạng các hộp văn bản. Các phụ lục của sách hướng dẫn và trên trang web liên kết sẽ đưa ra các nghiên cứu tình huống trong phân tích chuỗi giá trị và hoạt động can thiệp tiếp theo sau khi phân tích. Các tác động của các can thiệp được lựa chọn cũng được đưa ra trong phần này. Ngoài ra, các thuật ngữ và định nghĩa, thông tin cần ghi chú, những điều cần lưu ý được thể hiện bằng các biểu tượng dưới đây:



Thuật ngữ



Ghi chú



Cảnh báo



Thử nghiệm



Thuật ngữ

Phương diện trong quyển sách hướng dẫn này chỉ phạm vi quan tâm hoặc trọng tâm của phân tích. Ví dụ, một phương diện cụ thể hướng đến trong sách hướng dẫn này là sự tham gia của người nghèo, phụ nữ và các nhóm yếu thế về mặt xã hội.

Hướng Dẫn Sử Dụng Sách

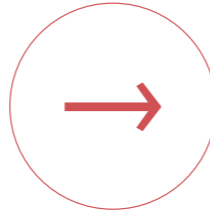
Sắp xếp thứ tự ưu tiên cho các chuỗi giá trị (Công cụ 1) và Lập sơ đồ chuỗi giá trị (Công cụ 2) thường là những bước đầu tiên của một nghiên cứu chuỗi giá trị. Tương tự, việc xác định các cơ hội nâng cấp chuỗi giá trị (Công cụ 8) thường là mục tiêu chính và điểm kết thúc của hoạt động điều tra và nghiên cứu. Tuy nhiên, các công cụ được trình bày ở đây không nhất thiết phải được sử dụng theo thứ tự từ Công cụ 1 đến 8. Thay vào đó, người sử dụng nên tham khảo nhiều công cụ phân tích và cách thức tiếp cận để có thể đáp ứng tốt nhất nhu cầu cụ thể của mình. Tùy vào mối quan tâm chính, thời gian phân bổ cho việc phân tích và kinh nghiệm làm việc trong lĩnh vực chuỗi giá trị, một vài công cụ có thể được ưu tiên sử dụng hoặc áp dụng thường xuyên hơn những công cụ khác.

Bảng 1 cho thấy các phương diện khác nhau trong phân tích

chuỗi giá trị và công cụ có thể được ứng dụng để phân tích các phương diện này. Mức độ liên quan của mỗi công cụ đối với một phương diện cụ thể được thể hiện bằng số lượng dấu tích; số lượng dấu tích càng nhiều (tối đa là ba dấu) thì công cụ càng liên quan trong việc phân tích phương diện cụ thể đó.

Việc có nhiều công cụ để phân tích chuỗi giá trị không có nghĩa là chúng ta cần phải sử dụng tất cả các công cụ đó cùng một lúc. Lựa chọn sử dụng công cụ (kết hợp, định tính và/hoặc định lượng) sẽ phụ thuộc chủ yếu vào phạm vi và mục tiêu của phân tích. Điều này thường được quyết định dựa vào thời gian hoặc tài chính hay các hạn chế khác. Trong khi đó, lập sơ đồ Chuỗi giá trị (Công cụ 2) là bước thiết yếu cho bất kì phân tích chuỗi giá trị nào, và thường được kết hợp với các công cụ khác nhằm có được nhiều thông tin hơn để “kiểm tra thực tế” về các kết quả của bước lập sơ đồ ban đầu.

Các công cụ để phân tích các phương diện khác nhau của chuỗi giá trị



Bảng 1. Các công cụ để phân tích các phương diện khác nhau của chuỗi giá trị

	CÔNG CỤ TỔNG QUÁT			CÔNG CỤ ĐỊNH TÍNH			CÔNG CỤ ĐỊNH LƯỢNG			TỔNG HỢP
	CÔNG CỤ 1	CÔNG CỤ 2	CÔNG CỤ 3	CÔNG CỤ 4	CÔNG CỤ 5	CÔNG CỤ 6	CÔNG CỤ 7	CÔNG CỤ 8		
Phương diện	Sắp xếp tự ưu tiên Chuỗi giá trị	Lập sơ đồ Chuỗi giá trị	Quan trị: Hợp tác, Điều hành và Kiểm soát	Liên kết, Mối quan hệ và Niềm tin	Phân tích Chi phí và lợi nhuận biên	Phân tích Phân bổ Thu nhập	Phân tích Phân bổ việc làm	Phân tích các lựa chọn năng cấp		
Sự tham gia của người nghèo, phụ nữ và nhóm yếu thế xã hội	✓	✓	✓	✓/✓		✓/✓/✓	✓/✓/✓	✓/✓		
Nghề nghiệp và môi trường làm việc	✓	✓	✓		✓		✓/✓/✓	✓/✓		
Tiến công và thu nhập	✓	✓	✓		✓/✓	✓/✓/✓	✓	✓/✓		
Quyền sử dụng tài sản	✓	✓	✓	✓	✓			✓/✓/✓		
Quyền truy cập thông tin và công nghệ	✓	✓	✓/✓/✓	✓/✓	✓			✓/✓/✓		
Quyền sử dụng cơ sở hạ tầng	✓	✓	✓/✓				✓	✓		
Quyền sử dụng dịch vụ	✓	✓	✓/✓	✓/✓						
Tính an ninh và dễ bị tổn thương	✓	✓	✓/✓		✓	✓/✓	✓/✓/✓			
Sự trao quyền	✓		✓/✓	✓/✓/✓				✓/✓		

Hỗ trợ về kỹ thuật giúp nông dân dân tộc ít người tại Huyện Vân Hồ, miền Bắc Việt Nam phát triển chuỗi giá trị rau an toàn phục vụ các thị trường mới tại Hà Nội.
Ảnh: ACIAR/Vietnam



Từ Xuất Phát Điểm vì Người Nghèo đến Hòa Nhập Giới và Xã Hội

Cả ba phiên bản đầu tiên của cuốn sách hướng dẫn này đều có xuất phát điểm và định hướng đặc biệt chú trọng đến việc **cải thiện các chuỗi giá trị hiệu quả hơn cho người nghèo**. Những yếu tố vì người nghèo được lồng ghép xuyên suốt qua các chủ đề của cuốn sách hướng dẫn này. Trong phiên bản được chỉnh sửa lần thứ tư này, trọng tâm “vì người nghèo” được mở rộng ra bao hàm cả lồng ghép vấn đề giới và hòa nhập xã hội. Vì vậy, chủ đề xuyên suốt của cuốn sách này là **“cải thiện các chuỗi giá trị theo hướng bao trùm hơn về mặt xã hội”**.

Trong cuốn *Đổi mới để Phát triển Chuỗi giá trị bao trùm (Innovation for Inclusive Value-Chain Development)*, tác giả Devaux cùng các đồng tác giả¹ đã giới thiệu về những khung phân tích và khái niệm mới phục vụ cho thiết kế, thực hiện và đánh giá các chiến lược, nhằm thúc đẩy các đổi mới vì người nghèo trong các chuỗi giá trị. Những đề xuất của họ về (1) ứng dụng “lăng kính giới” trong các can thiệp phát triển chuỗi và (2) các phương pháp tiếp cận dựa trên tài sản đã là những động lực mạnh mẽ cho những cải biên trong cuốn sách hướng dẫn lần này.

Ấn bản mới nhất của cuốn sách này đã cung cấp một bộ công cụ dùng để phân tích các chuỗi giá trị nông nghiệp và các hệ thống thị trường đồng thời xác định ra những can thiệp và các cơ hội phát triển chuỗi giá trị có triển vọng. Tuy nhiên, các công cụ được bổ sung chỉnh sửa trong cuốn sách này sẽ chú trọng vào bình đẳng giới và hòa nhập xã hội hơn nữa, khi hướng tới phân tích thực trạng, vai trò và xuất

Cải tiến kỹ thuật canh tác sẵn giúp tăng thu nhập và sinh kế cho các nông hộ tại tỉnh Kampong Cham, Campuchia.
Ảnh: ©2015CIAT/GeorginaSmith



phát điểm vì người nghèo, vì phụ nữ và những nhóm yếu thế, chẳng hạn như các dân tộc ít người. Tổ chức FAO (2018) đã nhận thấy rằng những nhóm này phải đối mặt với các rào cản làm hạn chế sự tham gia của họ, cũng như làm giảm lợi ích của họ nhận được từ các chuỗi giá trị. Đồng thời, những rào cản đó còn làm cho hiệu quả tổng thể của chuỗi bị giảm đi do chúng tạo ra những sai lệch trong thị trường lao động, tổn thất và không hiệu quả².

Việc phân tích chuỗi giá trị bao trùm đã chỉ ra những thể chế chính thức và không chính thức và các các vấn đề liên quan tới thể chế, các mối quan hệ về quyền lực của các tác nhân làm hạn chế đến việc trao quyền cho phụ nữ, cho người nghèo, người yếu thế và người chịu thiệt thòi trong xã hội. Áp dụng khung phân tích có lồng ghép bình đẳng giới và hòa nhập xã hội sẽ hỗ trợ việc trao quyền kinh tế và xã hội cho phụ nữ và người yếu thế, từ đó thúc đẩy cải thiện khả năng cạnh tranh, tiếp cận thị trường và thu nhập cho các nhóm đối tượng này.

Với các chuỗi giá trị đặt tăng trưởng kinh tế và phát triển thị trường làm mục tiêu hàng đầu thì nâng cao khả năng cạnh tranh, tạo ra việc làm và thu nhập, tạo ra giá trị là những thước đo chính cho sự phát triển. Song, nếu chỉ quan tâm tới mục tiêu này, hàng triệu nông dân và người lao động nghèo cùng những chủ sở hữu doanh nghiệp nông nghiệp vừa, nhỏ và rất nhỏ (MSME), vốn là những thành phần đông đảo trong các chuỗi giá trị nông nghiệp ở các nước đang phát triển, có thể được hưởng lợi rất ít, hoặc thậm chí bị loại ra không thể tham gia vào một số chuỗi giá trị nhất định. Hơn nữa, những tác động lên phụ nữ, người dân tộc ít người và các nhóm yếu thế thường ít được chú ý, và có thể hoàn toàn có thể bị bỏ qua.

Phát triển chuỗi giá trị có thể đóng góp một cách đáng kể cho việc giảm nghèo và cải thiện sinh kế. Tuy vậy, để đạt được những mục tiêu này, phân tích chuỗi giá trị nên tập trung nhiều hơn vào tìm hiểu bối cảnh sinh kế xã hội, cũng như hiểu được các lợi ích được tạo ra và phân bổ ở đâu và như thế nào. Nên vận dụng linh hoạt các phương pháp luận và khung phân tích chuỗi giá trị để các phân tích có thể hướng tới những nhóm tác nhân nhất định trong chuỗi, hoặc theo vùng địa lý, hay theo từng lĩnh vực khác nhau.

1. A Devaux và các đồng tác giả., *Đổi mới để phát triển chuỗi giá trị bao trùm*, xuất bản lần thứ nhất, Washington, DC: Viện nghiên cứu Chính sách Lương thực Quốc tế, 2016.

2. FAO, *Phân tích nhạy cảm giới đối với chuỗi giá trị*, Phần I, Rome, 2018.

Bình Đẳng Giới, Trao Quyền cho Phụ nữ và Hòa nhập Xã hội

Phụ nữ và nam giới có những cơ hội, thách thức, mối quan tâm và năng lực khác nhau. Do đó, nhận biết những khác biệt về giới trong cùng một nhóm xã hội (như nhóm người nghèo hay nhóm người dân tộc ít người) và trong nội bộ nhóm tác nhân ở cùng một cấp độ của chuỗi giá trị (như trong khâu sản xuất, thu gom sản phẩm, bán buôn, hay chế biến) là điều rất quan trọng. Đây là bước đầu tiên để xác định những cơ hội và thách thức cụ thể mà phụ nữ và nam giới có thể gặp phải, và để phát triển các can thiệp phù hợp với từng nhóm giới tính khác nhau.

Cần đặt ra những câu hỏi sau khi sử dụng lăng kính giới vào phân tích chuỗi giá trị:

- Nữ giới và nam giới có vai trò gì trong chuỗi giá trị?
- Nữ giới và nam giới đóng góp gián tiếp vào đâu trong chuỗi giá trị khi không được ghi nhận hay trả thù lao?
- Những cấp độ nào của chuỗi giá trị có nhiều khả năng mang lại cơ hội hưởng lợi cho nữ giới?
- Nam giới chiếm ưu thế tại các cấp độ nào của chuỗi giá trị và cấp độ nào ít có khả năng mang lại cơ hội hưởng lợi cho nữ giới, vì sao?
- Những rào cản giới tính nào hạn chế nữ giới và nam giới hưởng lợi từ chuỗi giá trị hiện tại? (như các quy phạm; hạn chế về thời gian; thiếu kết nối, kiến thức, thông tin, tài chính)

Phụ nữ bán hàng rong hoa quả, rau là những hình ảnh quen thuộc trên đường phố tại Hà Nội, Việt Nam.
Ảnh: ©2015CIAT/GeorginaSmith



Thông thường thì mục tiêu của Chính, nhà tài trợ hay doanh nghiệp đầu ngành sẽ quyết định mục đích của sự phát triển chuỗi giá trị. Những kết quả mong đợi có thể bao gồm phát triển cho ngành, thúc đẩy chế biến ở hạ nguồn (downstream) và gia tăng giá trị, tăng lợi nhuận xuất khẩu, phát triển thị trường mới, tạo công ăn việc làm, giúp ích cho các nhóm đặc thù trong xã hội, hay hỗ trợ các khu vực kém phát triển hoặc khó khăn trong nước. Do đó, xuất phát điểm và trọng tâm của phân tích chuỗi giá trị, cần phải liên quan trực tiếp tới kết quả phát triển mong đợi.

Mức độ về hòa nhập xã hội và giới mà phân tích chuỗi giá trị hướng tới cũng sẽ phụ thuộc vào mục tiêu, kết quả tổng thể của chương trình, theo bối cảnh địa lý/ quốc gia và nguồn lực phát triển có sẵn. Hai hướng tiếp cận có thể áp dụng là:

- Hướng tiếp cận tích hợp: Khi yếu tố giới và hòa nhập xã hội được lồng ghép trong tất cả các giai đoạn lập kế hoạch và các quá trình. Đây cũng là yêu cầu tối thiểu khi muốn lồng ghép vấn đề giới. Hướng tiếp cận này thường được áp dụng trong các chương trình phát triển kinh tế: kết hợp nghiên cứu, phân tích, lập kế hoạch, thực hiện, theo dõi và đánh giá lồng ghép với nhận thức về giới; hay
- Hướng tiếp cận mục tiêu: bổ trợ cho sự kết hợp lồng ghép giới và hòa nhập xã hội, đồng thời góp phần trong trao quyền về kinh tế. Mục đích ở đây là không cô lập nữ giới hay các nhóm yếu thế khác khỏi xu thế chính, mà phải tận dụng các chiến lược mục tiêu để cải thiện lồng ghép trong tương lai dài hơn⁵.

Bán rau và hoa quả tại chợ ven đường đem lại nguồn thu nhập cho phụ nữ tại Mandalay, Miến Điện.
Ảnh: Helvetas/NgocAnh



Hộp 1: Các định nghĩa và khái niệm chính

Phát triển chuỗi giá trị bao trùm

Phát triển chuỗi giá trị bao trùm có thể được định nghĩa như một sự thay đổi tích cực và cần thiết trong chuỗi giá trị để mở rộng hay cải thiện quá trình sản xuất và tạo ra những lợi ích xã hội; giảm nghèo, tạo ra việc làm và thu nhập, tăng trưởng kinh tế, mang lại hiệu quả môi trường, bình đẳng giới, và những mục tiêu phát triển khác⁴.

Hòa nhập xã hội

Khái niệm “hòa nhập xã hội” có mối quan hệ gắn gũi với bình đẳng giới và trao quyền phụ nữ, được Ngân hàng Thế Giới định nghĩa là⁵ “quá trình cải thiện các điều kiện đối với cá nhân và các nhóm để tham gia vào xã hội”. Hòa nhập xã hội giúp tăng cường khả năng tham gia tiếp cận các cơ hội giúp giảm nghèo và thúc đẩy tăng trưởng kinh tế một cách bao trùm. Ngược lại là khái niệm “loại trừ xã hội”, xảy ra khi nam giới và phụ nữ, hoặc những nhóm nào đó, phải đối mặt với những trở ngại ngăn cản họ tham gia vào các hệ thống kinh tế. Công nhận điều này, Liên Hợp Quốc đã cam kết “không bỏ lại ai phía sau”, trong một nỗ lực nhằm giúp đỡ các nước đẩy mạnh tăng trưởng theo hướng bao trùm và đạt được những Mục tiêu Phát triển Bền vững (SDG).

Bình đẳng giới

Bình đẳng giới đề cập tới “quyền lợi, trách nhiệm và cơ hội bình đẳng của nữ giới, nam giới, trẻ em gái và trẻ em trai. Bình đẳng không có nghĩa là nam giới và nữ giới sẽ trở nên giống nhau, mà có nghĩa là quyền lợi, trách nhiệm và cơ hội của nam giới và nữ giới sẽ không phụ thuộc vào việc họ sinh ra là nam hay nữ. Bình đẳng giới mang hàm ý rằng lợi ích, nhu cầu và ưu tiên của cả nam và nữ giới sẽ được cân nhắc, sự đa dạng của nhóm nam và nữ giới cũng được công nhận. Bình đẳng giới không phải là vấn đề riêng của phụ nữ. Bình đẳng giới phải được quan tâm và có sự tham gia của cả hai giới. Bình đẳng giữa nữ giới và nam giới được coi như vấn đề nhân quyền và là tiền đề, chỉ số cho phát triển bền vững lấy con người làm trung tâm”⁶.

Trao quyền phụ nữ

Trong cuốn sách này, trao quyền cho phụ nữ được định nghĩa là “quá trình khi những người bị từ chối khả năng đưa ra những lựa chọn chiến lược trong cuộc sống, có thể giành được khả năng này”⁷. Về mặt này, việc trao quyền cho phụ nữ không chỉ đơn giản là tăng thu nhập của phụ nữ thông qua chuỗi giá trị nông nghiệp bao trùm mà còn là sự thách thức đối với các tổ chức xã hội có định kiến về giới, gây bất lợi cho các nhóm xã hội nào đó chỉ vì giới tính của họ. Do đó, việc trao quyền sẽ mang “tính biến đổi khi nó thách thức các trở ngại có hệ thống đối với chủ quyền phụ nữ và trẻ em gái, trong các quá trình thay đổi các mối quan hệ xã hội đa chiều và đa phương diện (không chỉ thay đổi cá nhân)”⁸.

Quyền tự quyết

Cuốn sách này sử dụng thuật ngữ quyền tự quyết (agency) dựa theo định nghĩa của tác giả Kabeer, là “khả năng của cá nhân khi xác định mục tiêu và đưa ra hành động để đạt được mục tiêu đó”. Kabeer chỉ ra rằng mặc dù quyền tự quyết thường được hiểu là ‘ra quyết định’ trong tài liệu khoa học xã hội, nhưng các hình thức của

3. L. Jones, *Trao quyền cho phụ nữ và các hệ thống thị trường: Các khái niệm, hướng dẫn thực hành và các công cụ* (Khuôn khổ WEAMS), The BEAM Exchange, 2016, trang. 7-8, https://beamexchange.org/uploads/filer_public/0d/50/0d5009be-faea-4b8c-b191-c40c6bde5394/weams_framework.pdf.

4. UNIDO, (Tổ chức phát triển công nghiệp Liên Hợp Quốc), *Phát triển Chuỗi giá trị vì người nghèo: 25 Câu hỏi hướng dẫn để Thiết kế và Thực hiện các Dự án Công nghiệp chế biến*, Tổ chức Phát triển Công nghiệp Liên Hợp Quốc, Vienna, Austria, 2011, https://www.unido.org/sites/default/files/2011-12/Pro-poor_value_chain_development_2011_0.pdf, <https://www.worldbank.org/en/topic/social-inclusion>

5. <https://www.worldbank.org/en/topic/social-inclusion>

6. Phụ nữ Liên Hợp Quốc, *Lồng ghép giới. Khái niệm và định nghĩa*. Cơ quan Liên Hợp Quốc về bình đẳng giới và trao quyền cho phụ nữ. <https://www.un.org/womenwatch/osagi/conceptsanddefinitions.htm>

7. N. Kabeer, ‘Nguồn lực, tính chủ thể, thành tựu: Nhìn lại cách đo lường về trao quyền cho phụ nữ’. *Phát triển và thay đổi*, tập. 30, 1999, trang. 435-464.

Hộp 1: Các định nghĩa và khái niệm chính (tiếp)

quyền tự quyết rất đa dạng, bao gồm cả thương lượng và đàm phán, lừa dối và thao túng, lật đổ và kháng cự cũng như các quá trình phản hồi và phân tích có nhận thức, vô hình. Nó có thể được thực hiện bởi các cá nhân cũng như bởi tập thể⁷. Các lựa chọn của cá nhân bị cản trở bởi các tổ chức xã hội định hình các chuẩn mực giới, giá trị đặc tính giới và tiếp cận nguồn lực theo giới tính. Do đó, tính tự quyết của nữ giới khác với nam giới ở cùng tầng lớp, dân tộc và thế hệ⁹.

Vốn xã hội

Vốn xã hội được định nghĩa là những thể chế, các mối quan hệ, các quan điểm và các giá trị chi phối sự tương tác giữa con người với nhau, đồng thời góp phần vào sự phát triển kinh tế, xã hội¹⁰. Nữ giới và nam giới sở hữu vốn xã hội khác nhau và có cách tiếp cận khác nhau để tận dụng vốn xã hội của họ trong nông nghiệp¹¹.

Các Khái Niệm về Chuỗi Giá Trị

Trong cuốn sách hướng dẫn này, **chuỗi giá trị** đề cập tới toàn bộ các quá trình, hoạt động, các cách thức để chuyển hóa các dịch vụ và đầu vào thành sản phẩm, từ khi còn là ý tưởng, thông qua những giai đoạn khác nhau từ sản xuất đến phân phối, đến người tiêu dùng cuối cùng và loại thải sau khi sử dụng^{12,13}.

Các phương pháp tiếp cận chuỗi giá trị đề cập tới một hệ thống phức hợp những hoạt động và tương tác do nhiều **tác nhân trực tiếp và gián tiếp** tiến hành (ví dụ như các nhà cung cấp đầu vào, người sản xuất ra nguyên liệu thô, nhà chế biến, người buôn, người bán lẻ và những nhà cung ứng dịch vụ) tham gia vào việc chuyển hóa những dịch vụ và đầu vào thành sản phẩm cuối cùng để đem bán.

Tác nhân trực tiếp là những người tham gia vào các công đoạn sản xuất, sau thu hoạch, chế biến, xuất khẩu và xúc tiến thị trường cho một sản phẩm của chuỗi giá trị. Các tác nhân trực tiếp nắm quyền sở hữu sản phẩm tại một hay nhiều công đoạn trong chuỗi giá trị. **Tác nhân gián tiếp** cung cấp dịch vụ vận hành và dịch vụ hỗ trợ cho các tác nhân trực tiếp tại nhiều điểm khác nhau xuyên suốt toàn chuỗi. Các tác nhân gián tiếp không nhất thiết nắm quyền sở hữu sản phẩm tại bất cứ thời điểm nào. Chuỗi giá trị cũng vận hành trong một bối cảnh mà những **ảnh hưởng bên ngoài** bao gồm các yếu tố kinh tế, công nghệ, văn hóa - xã hội, chính trị - pháp luật và môi trường. Hình 1 là một sơ đồ chuỗi giá trị, thể hiện các mối quan hệ và liên kết giữa các tác nhân trực tiếp, tác nhân gián tiếp trong một bối cảnh, cùng những ảnh hưởng bên ngoài.

8. A.V. Eerdewijk và các đồng tác giả., *Một khái niệm mô hình về trao quyền cho phụ nữ và trẻ em gái*, Amsterdam, KIT Viện Nhiệt đới Hoàng gia, 2017.

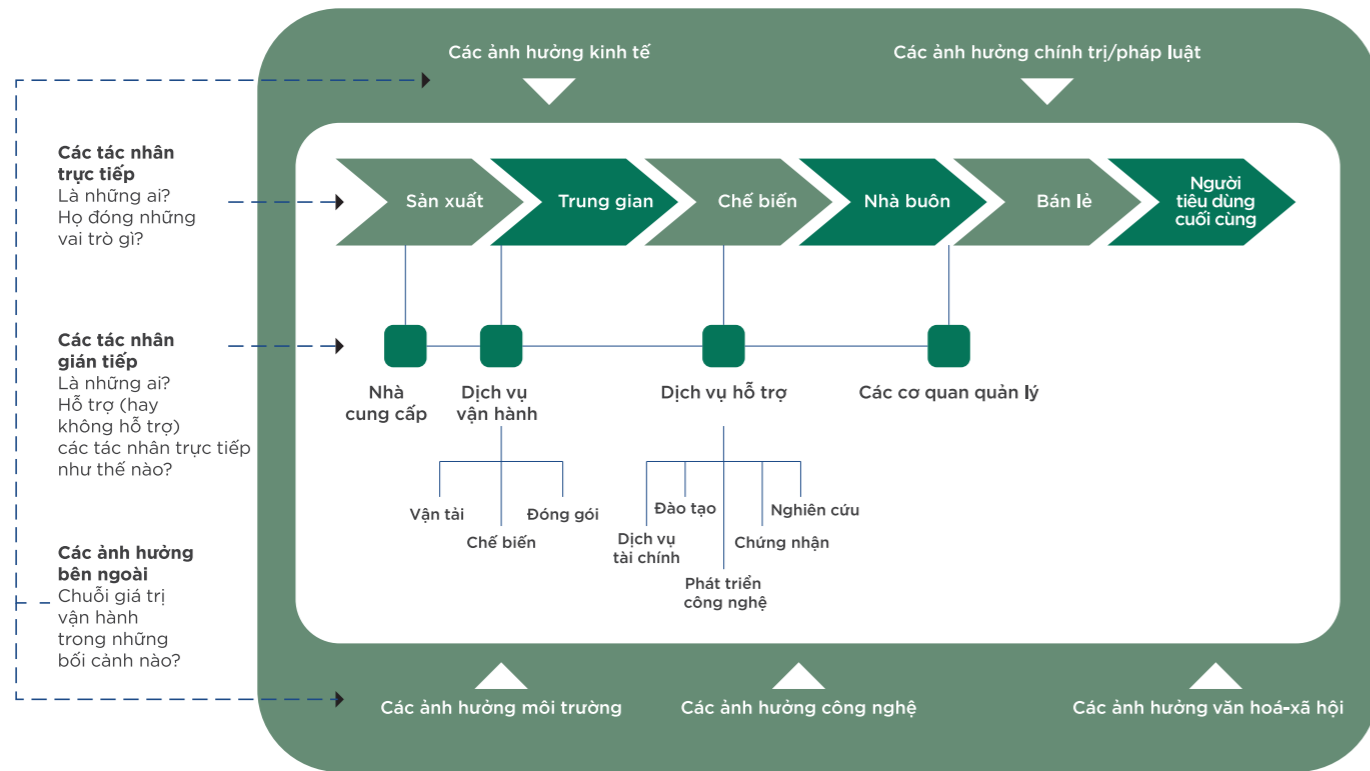
9. Xem ví dụ: M. Kabeer, Bình đẳng giới, phát triển kinh tế, và tính chủ thể của nữ giới: Sự “đa dạng vô tận” và “sự tương đồng đơn điệu” của trở ngại của xã hội gia trường, *Kinh tế nữ quyền*, tập. 22, số. 1, 2016, trang. 295-321.

10. C. Grootaert và T.V. Bastelaer, *Tim hiểu và Định giá Vốn xã hội. Một công cụ đa năng cho người thực hành*, Washington, D.C., Ngân hàng Thế Giới, 2002.

11. R. Meinzen-Dick và các đồng tác giả., Giới và vốn xã hội phục vụ phát triển nông nghiệp, trong: *Giới trong Nông Nghiệp*, Dordrecht, Springer, 2014, trang. 235-266.

12. R. Kaplinsky, ‘Toàn cầu hóa và sự bất bình đẳng: Có thể học được những gì từ Phân tích Chuỗi giá trị’, *Tạp chí Nghiên cứu phát triển*, tập. 37, số. 2, 1999, trang. 117-146.

13. R. Kaplinsky and M. Morris, *Cẩm nang Nghiên cứu Chuỗi giá trị*, Brighton, Viện nghiên cứu Phát triển - Vương quốc Anh, Đại học Sussex, 2001.



Hình 1. Sơ đồ chuỗi giá trị thể hiện các tác nhân trực tiếp, gián tiếp và những ảnh hưởng bên ngoài. Nguồn¹⁴

Nét chủ đạo của phân tích chuỗi giá trị là tiếp cận theo nghĩa rộng nhằm tìm hiểu hệ thống thị trường tổng thể, trong đó diễn ra các hoạt động sản xuất, chuyển đổi, và tiêu dùng hàng hóa. Phân tích chuỗi giá trị mô tả bối cảnh và hệ thống đang tồn tại, đồng thời xác định những thách thức, vấn đề cùng với các nút thắt hạn chế ở những điểm khác nhau trong chuỗi giá trị. Ngoài ra, nhà nghiên cứu có thể xác định các giải pháp tiềm năng cho những vấn đề, trở ngại ở nhiều cấp độ khác nhau, cho những nhóm mục tiêu khác nhau trong chuỗi giá trị.

Các khái niệm “giá trị” và “lợi thế cạnh tranh” dựa trên nghiên cứu của tác giả Michael Porter¹⁵, là nền tảng cho phân tích và phát triển chuỗi giá trị. Diễn giải một cách đơn giản, giá trị được thể hiện qua những gì mà khách hàng tin tưởng vào sản phẩm và dịch vụ là có đáng giá với họ không, và những gì mà họ sẵn sàng chi trả. Giá cả là số tiền cần chi trả cho sản phẩm hay dịch vụ ấy.

Giá trị được tạo ra khi những lợi nhuận được tạo ra trong chuỗi hay ở từng cấp độ của quá trình, cao hơn chi phí để tạo ra chúng. Như Porter mô tả, có thể đạt được giá trị vượt trội bằng cách “đề xuất giá bán thấp hơn so với các đối thủ cạnh tranh cho một sản phẩm tương

14. M. Lundy và các đồng tác giả., *Phương pháp luận KẾT NỐI: Hướng dẫn chung về các mô hình kinh doanh kết nối các hộ tiểu chủ với thị trường*, bản 2.0, Cali, Colombia: Trung tâm quốc tế về Nông nghiệp nhiệt đới, 2014.
 15. M.E. Porter, *Lợi thế cạnh tranh: Tạo dựng và duy trì Năng suất vượt trội*, New York: Nhà xuất bản Tự do (Free Press), 1985 (Tái bản năm 1998 với lời giới thiệu mới).

tự hoặc đem đến một sản phẩm tốt hơn các đối tác cạnh tranh, và bán với mức giá cao hơn”¹⁵.

Do đó, dưới góc nhìn kinh tế, mục tiêu của chuỗi giá trị là **tạo ra lợi thế cạnh tranh bằng cách cung cấp giá trị lớn nhất với chi phí thấp nhất**. Nó đòi hỏi phải nhận biết được các cơ hội cải tiến hiệu quả sản xuất và tạo ra sự khác biệt cho toàn bộ chuỗi. Tuy vậy, điều quan trọng cần nhớ là các thị trường thường không hoàn hảo, cùng với sự chênh lệch về quyền lực và thông tin, thiếu minh bạch và những yếu tố bên ngoài có thể gây ra bất lợi lớn cho phụ nữ và người nghèo¹⁶. Một điều cũng quan trọng khác là cần phải lưu ý rằng các hộ gia đình nông thôn và người nghèo không nhất thiết phải hoạt động như những doanh nghiệp luôn tối đa hóa lợi nhuận. Thay vào đó, những ưu tiên và hoạt động của họ được định hình bởi sự kết hợp các chiến lược về sinh kế cần thiết để đảm bảo an ninh lương thực, khả năng chống chịu và giảm thiểu rủi ro, sự đa dạng hóa nguồn thu nhập, và việc tạo ra thu nhập phi nông nghiệp. Vì thế, phân tích chuỗi giá trị bao trùm cần có một cái nhìn rộng hơn về khái niệm “giá trị” và lợi ích để bao hàm cả những giá trị về con người, văn hóa - xã hội và về môi trường.

Việc xây dựng hay phát triển các chuỗi giá trị có thể tạo áp lực đối với các nguồn tài nguyên thiên nhiên (như nước hay đất đai), gây ra suy thoái đất, mất đa dạng sinh học, hay ô nhiễm môi trường. Những hệ lụy này có liên quan mật thiết tới các chuỗi giá trị nông nghiệp vì chúng phụ thuộc chặt chẽ vào các nguồn tài nguyên môi trường.

Ngoài ra, ý tưởng về chuỗi giá trị được gắn liền với những khái niệm quản trị, bao gồm việc tổ chức, hợp tác, điều phối và các mối quan hệ quyền lực liên quan đến các tác nhân trực tiếp và gián tiếp trong chuỗi. Khi thực hiện một phân tích chuỗi giá trị đòi hỏi phải điều tra khảo sát một cách kỹ lưỡng để hiểu rõ điều gì đang diễn ra giữa các tác nhân trong chuỗi, điều gì gắn kết các tác nhân này với nhau, thông tin nào được chia sẻ, mối quan hệ giữa các tác nhân này sinh, tiến triển như thế nào. Những điều này cùng với các vấn đề liên quan sẽ được bàn đến trong cuốn sách hướng dẫn này. Cụ thể, nông nghiệp là một ngành mang nhiều đặc tính ràng buộc về văn hóa và những quy phạm xã hội truyền thống. Chúng vốn có thể gây ảnh hưởng cũng như bị ảnh hưởng bởi sự phát triển của các chuỗi giá trị. Ví dụ, khi phát triển các chuỗi giá trị thì có thể thay đổi các mối quan hệ quyền lực trong hộ gia đình hay trong cộng đồng; hoặc hoạt động của những người tham gia chuỗi giá trị có thể ảnh hưởng tiêu cực đến những nhóm nghèo nhất, dễ bị tổn thương nhất.

16. L. Jones, *Trao quyền phụ nữ và các hệ thống thị trường: Các khái niệm, hướng dẫn thực hành và các công cụ (Khuôn khổ WEAMS)*, The BEAM Exchange, 2016, trang. 7-8.
https://beamexchange.org/uploads/filer_public/Od/50/Od5009be-faea-4b8c-b191-c40c6bde5394/weams_framework.pdf.

Những Phương Diện Chính của Phân Tích Chuỗi Giá Trị

1. Lập sơ đồ

Ở cấp độ cơ bản nhất, phân tích chuỗi giá trị **mô tả và lập sơ đồ một cách có hệ thống các công đoạn và các tác nhân** tham gia vào sản xuất, cung ứng, chuyển hóa, và bán một hay nhiều sản phẩm. Việc lập sơ đồ miêu tả đặc điểm của các tác nhân, cơ cấu chi phí và lợi nhuận, sự thuê mướn lao động, các luồng sản phẩm và sự chuyển hóa sản phẩm trong toàn chuỗi¹⁷. Những chi tiết này có thể được thu thập từ các cuộc phỏng vấn nhóm, các cuộc phỏng vấn tác nhân cung cấp thông tin chủ đạo, và nguồn dữ liệu thứ cấp. Công cụ 2 sẽ hướng dẫn những kỹ năng lập sơ đồ chuỗi giá trị. Các công cụ tiếp sau sẽ trình bày chi tiết những thành phần, hạng mục có trong một sơ đồ chuỗi giá trị.

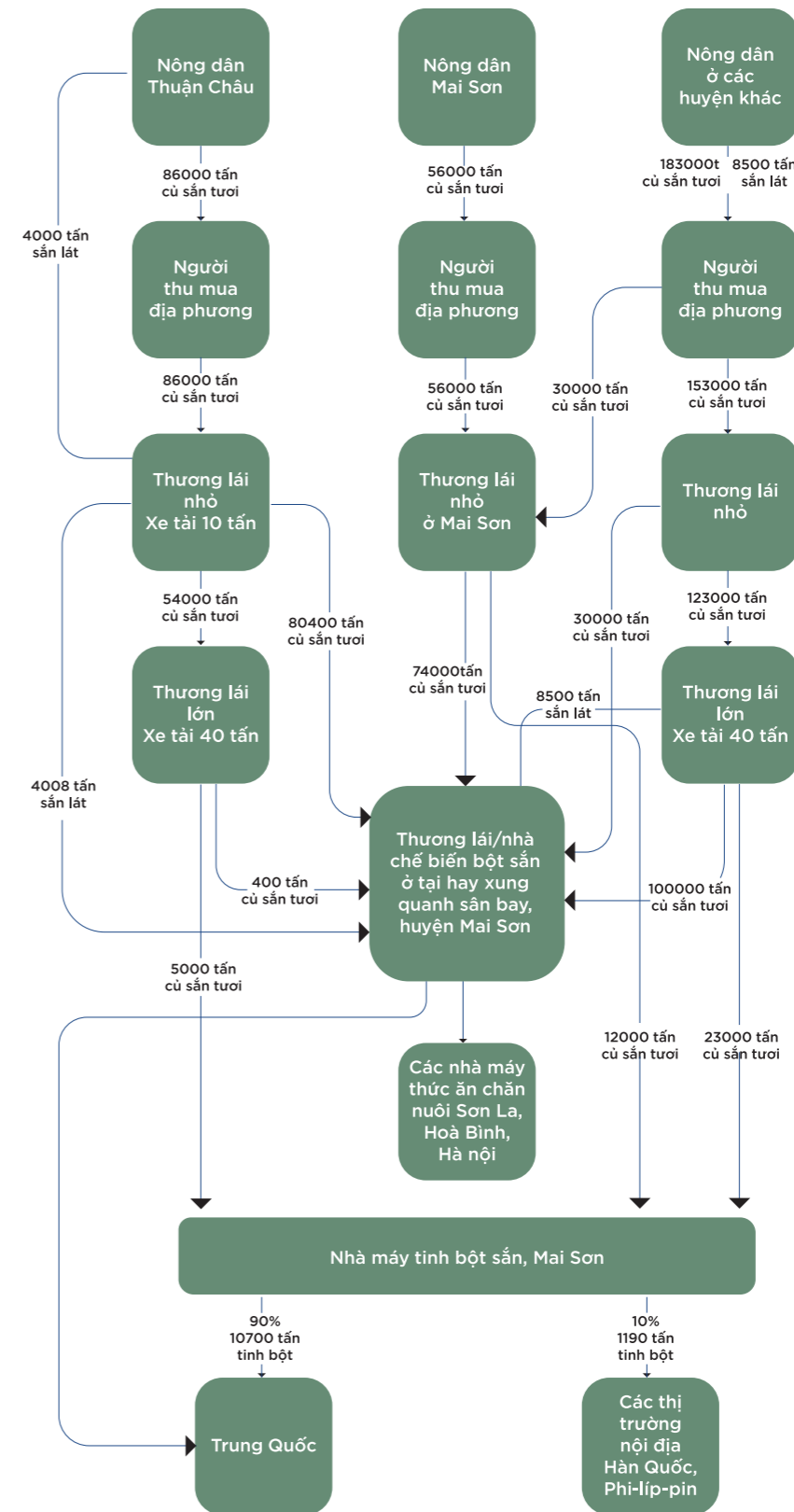
Nếu như một số chuỗi giá trị có thể được sơ đồ hóa bằng một đường thẳng đơn giản, kết nối các tác nhân trực tiếp, cung cấp một sản phẩm cho một phân khúc thị trường; thì ngược lại trên thực tế, hầu hết các chuỗi giá trị sẽ phức tạp hơn nhiều. Thường thì sẽ cần thiết phải lập sơ đồ chuỗi giá trị cho những chuỗi có nhiều dạng sản phẩm và các thị trường cuối cùng, với số lượng lớn các tác nhân tại những công đoạn khác nhau trong chuỗi giá trị.

Một điều cần phải biết đó là những nông dân, thương lái, người bán buôn, và những tác nhân khác không đơn thuần là những nhóm đồng nhất. Thường sẽ có những khác biệt lớn giữa các hộ gia đình, các doanh nghiệp, và các nhóm kinh doanh tại mỗi cấp độ của chuỗi giá trị. Hơn nữa, những tài sản về sinh kế (gồm các loại vốn như nhân lực, tự nhiên, xã hội, tài chính và vốn hiện vật) được sở hữu bởi các hộ nông dân nhỏ lẻ và những nhóm tác nhân khác chính là yếu tố then chốt quyết định đến khả năng tham gia của họ vào các chuỗi hay hưởng lợi từ các chuỗi giá trị và các thị trường chính thức¹⁸. Bởi vậy, hiểu được những chiến lược sinh kế và tài sản sẵn có của các nhóm mục tiêu cụ thể là điều đặc biệt quan trọng nhằm nhận biết những rào cản và cơ hội phù hợp của họ trong chuỗi giá trị.

Lập ra một sơ đồ chuỗi giá trị chính xác là điều quan trọng để hiểu biết rõ về sự vận hành của toàn bộ hệ thống. Hình 2 là sơ đồ về chuỗi giá trị sản tươi, sản lát khô và bột sản ở Sơn La, Việt Nam. Lập sơ đồ một cách chính xác những hệ thống phức tạp này sẽ giúp cho việc xác định hiệu quả hơn vai trò của những tác nhân khác nhau, về các vấn đề, các hạn chế, cùng với những cơ hội và giải pháp.

17. R. Kaplinsky và M. Morris, *Cẩm nang Nghiên cứu Chuỗi giá trị*, Brighton, Viện nghiên cứu Phát triển - Vương quốc Anh, Đại học Sussex, 2001.

18. D. Horton và các đồng tác giả., *Đổi mới vì sự phát triển chuỗi giá trị bao trùm: Những điểm nổi bật*, Trong: A. Devaux và các đồng tác giả. (Eds), *Đổi mới vì sự phát triển chuỗi giá trị bao trùm: những thành công và thách thức*, xuất bản lần thứ nhất, Washington, DC: Viện Nghiên cứu Chính sách Lương thực Quốc tế, 2016, trang 3 - 37.



Hình 2. Sự phức tạp của chuỗi giá trị sản tại Sơn La (miền Bắc, Việt Nam) năm 2016, cùng với các dạng sản phẩm, các kênh và người dùng đầu cuối. Nguồn¹⁹

19. S.T.Phạm, và các đồng tác giả., *Phân tích Chuỗi giá trị, Điều tra hộ gia đình và các kết quả thử nghiệm nông học ở Sơn La, Việt Nam, Thào luận Chương trình Các chuỗi giá trị cây sản số 1*, Trung tâm Australia về Nghiên cứu Nông nghiệp Quốc tế (ACIAR), 2018.

Nông dân trồng sắn tại Quảng Bình được
tập huấn về kĩ thuật cải tiến cây trồng và
quản lý độ màu mỡ của đất trồng.
Ảnh: ©2015CIAT/GeorginaSmith



2. Quản trị

Phân tích chuỗi giá trị **nhấn mạnh vai trò của quản trị và các mối liên kết**, ví dụ như cấu trúc của các mối quan hệ và cơ chế điều phối chính thức và không chính thức giữa các tác nhân khác nhau.

Một phần của quản trị nội bộ là các quy định thương mại điều tiết các mối quan hệ kinh doanh trong các chuỗi giá trị toàn cầu hay chuỗi giá trị địa phương. Các quy định này có thể cản trở hoặc hạn chế vai trò của người nghèo, nhưng cũng có thể tạo ra những cơ hội học hỏi và cải thiện quan trọng. Các quy định thương mại có thể hết sức cụ thể, rành mạch (trở thành luật định), chẳng hạn như thiết lập và mô tả rõ ràng về phân loại chất lượng nông sản với các mức giá tương ứng hay công thức tính giá một cách minh bạch.

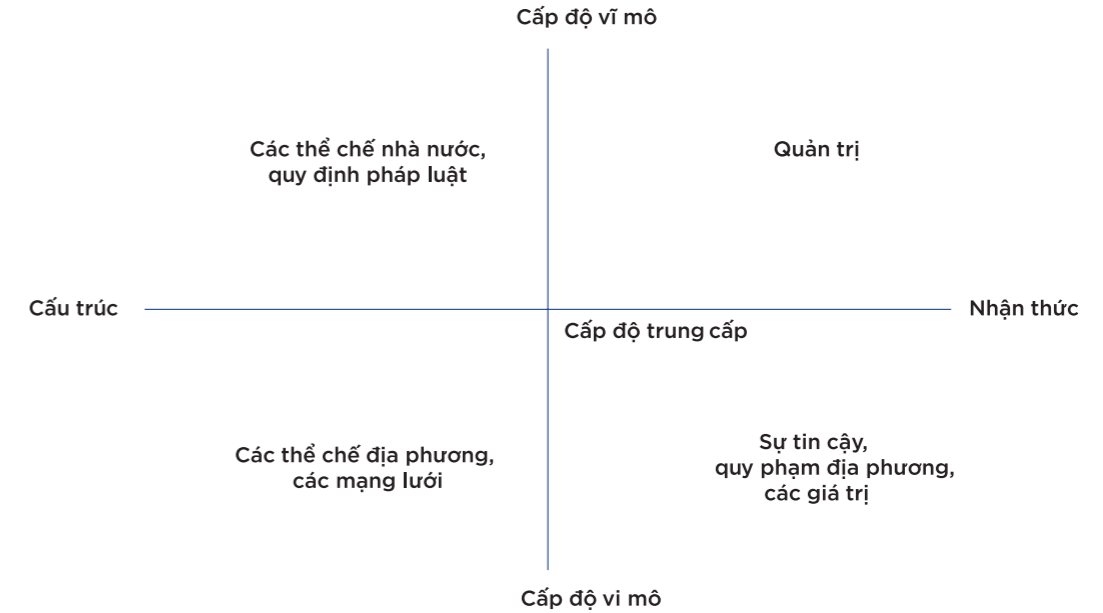
Quản trị bên ngoài đề cập đến các quy định và pháp chế đặc thù ảnh hưởng đến chuỗi, cũng như những tiêu chuẩn do các hệ thống cấp chứng nhận bên thứ ba đưa ra, như Chứng nhận hữu cơ của Bộ Nông Nghiệp Hoa Kỳ (USDA) hay Tiêu chuẩn Hữu cơ của Châu Âu (EU), Tiêu chuẩn Dán nhãn Thương mại Công bằng (FLO), hay tiêu chuẩn của Liên minh Rừng Nhiệt Đới (Rainforest Alliance). Về mặt chính sách, quản trị bên ngoài do các tác nhân gián tiếp thực hiện có vai trò quan trọng, bởi việc sắp xếp thể chế cần phải xác định và hướng tới việc tăng cường năng lực trong chuỗi giá trị (như năng lực nghiên cứu), điều chỉnh những sai lệch trong phân phối, và nâng cao khả năng cạnh tranh.

Vốn xã hội

Sự khác biệt trong phân tích chuỗi giá trị so với những phương pháp tiếp cận khác là có sự tập trung vào việc tìm hiểu về vốn xã hội và các mối quan hệ giữa các tác nhân tham gia, các tổ chức, thể chế trong chuỗi giá trị. Theo định nghĩa của các tác giả Grootaert và Bastelaer²⁰ (Hình 3), vốn xã hội được định nghĩa là sự kết hợp trong khái niệm về chuỗi giá trị và phân tích về quản trị, những quy định và nguyên tắc, các mối quan hệ, liên kết, sự tin tưởng và quyền lực, được mô tả ở Công cụ 3 và Công cụ 4.

Như ở Hình 3, có hai yếu tố hay hai loại hình vốn xã hội được phân định rõ. **Vốn xã hội mang tính vật chất** là những cấu trúc xã hội có thể quan sát được, như nông dân và các nhóm tác nhân thị trường; hiệp hội theo ngành nghề và các tổ chức, cùng với những quy định và thủ tục đi kèm (xem thêm Công cụ 3). **Vốn xã hội mang tính ý thức** chỉ những yếu tố trừu tượng như những quan điểm, thái độ, các ứng xử được chấp nhận rộng rãi, các giá trị được chia sẻ, các mối quan hệ qua lại, và sự tin tưởng (xem thêm Công cụ 4). Có thể quan sát vốn xã hội theo ba cấp độ hoặc quy mô:

1. Cấp độ vi mô, dưới hình thức *các mạng lưới theo chiều ngang bao gồm cá nhân và hộ gia đình*;
2. Cấp độ trung cấp, bao hàm *những mối quan hệ theo chiều ngang và theo chiều dọc giữa các nhóm, các tổ chức và hiệp hội*; và
3. Cấp độ vĩ mô, dưới hình thức rộng hơn là *môi trường chính trị và thể chế*.



Hình 3. Các hình thức và quy mô vốn xã hội. Nguồn²⁰

Hợp tác và Điều phối

Mục đích của quản trị là nhằm đảm bảo các tương tác giữa những tác nhân tham gia chuỗi diễn ra một cách có tổ chức, chứ không đơn giản xảy ra một cách ngẫu nhiên. Điều này dẫn đến mức độ hợp tác khác nhau giữa những tác nhân tại cùng một công đoạn (theo chiều ngang), và ở những các công đoạn khác nhau (theo chiều dọc). Nói chung, quản trị bên trong chuỗi diễn ra khi một số tác nhân hoạt động dựa theo những tiêu chí do các tác nhân khác trong chuỗi đặt ra, ví dụ như những tiêu chuẩn chất lượng hoặc thời gian giao hàng, số lượng hàng do các đơn vị chế biến quy định.

Tác giả Daniele Guidi²¹ đã thiết lập một mô hình rất hữu dụng lấy hợp tác và điều phối làm các trục chính để mô tả các mô hình kinh doanh của chuỗi giá trị và các hình thức sắp xếp tổ chức quản trị (Hình 4).

Hợp tác chủ yếu liên quan đến những mục tiêu lớn về xã hội và sự phân phối công bằng theo chuỗi khi các cá nhân cùng hỗ trợ nhau vì lợi ích chung. **Điều phối** chỉ các hoạt động của doanh nghiệp theo chuỗi, thông qua đó nỗ lực của từng cá nhân được tổ chức như nhau nhằm hướng tới một mục tiêu kinh doanh có khả năng cạnh tranh. Khi các nông hộ nhỏ dịch chuyển từ giao dịch giao tự do với các thương nhân ở địa phương (theo chiều dọc của sự hợp tác trong Hình 4) là có sự tăng lên về các cấp độ của sự tin nhiệm, vốn xã hội và chia sẻ thông tin giữa người mua với người bán. Điều này giảm bớt các chi phí giao dịch trong thương mại hóa sản phẩm và tạo ra lợi thế của kinh tế theo quy mô.

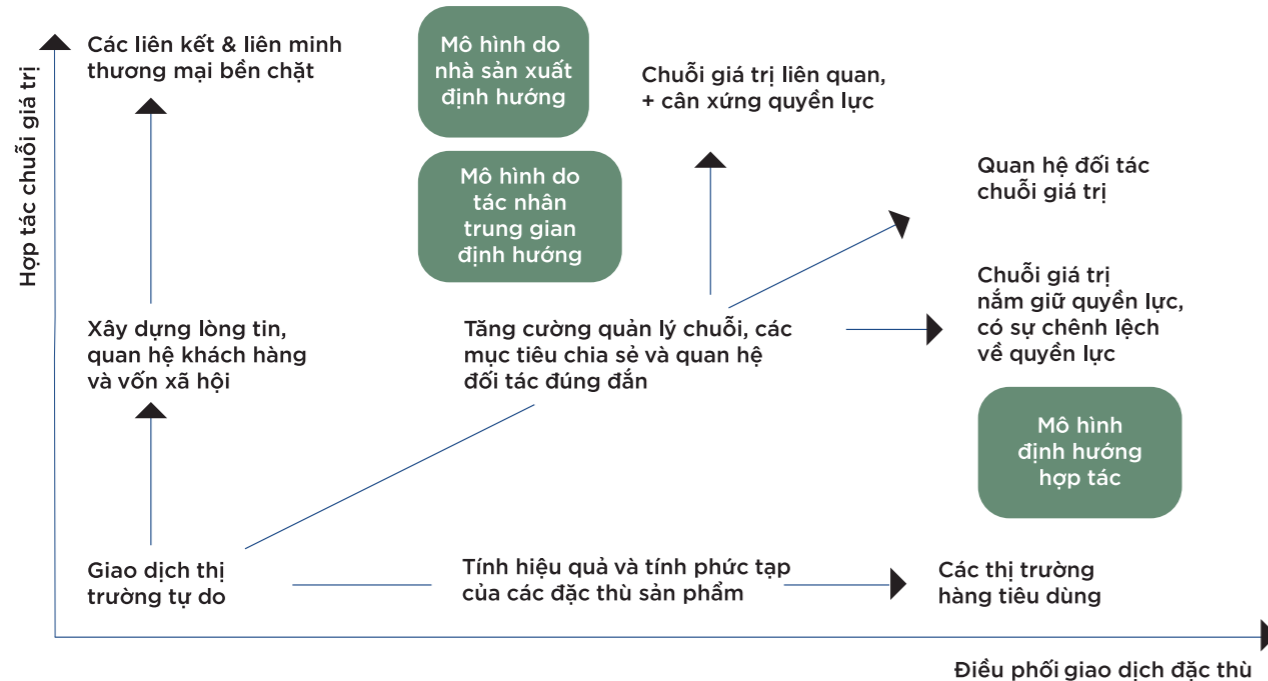
20. C. Grootaert và T.V. Bastelaer, *Tìm hiểu và Định giá Vốn xã hội. Một công cụ đa năng cho người thực hành*, Washington, D.C., Ngân hàng Thế Giới, 2002.

21. D. Guidi, *Doanh nghiệp nông nghiệp bền vững: các chiến lược cạnh tranh nhằm hỗ trợ các chuỗi giá trị bao trùm tiểu nông hộ trong công cuộc giảm nghèo nông thôn*, Bài Thào luận số 53, Đại học Harvard: Trung tâm Phát triển Quốc tế, tháng Mười 2011.

Sự tăng cường điều phối giữa các tác nhân theo chức năng chuỗi giá trị (ví dụ như điều phối theo chiều ngang) đặt trọng tâm vào việc duy trì lợi thế cạnh tranh và tạo ra giá trị trong thị trường. Sự gia tăng các thỏa thuận bằng hợp đồng giúp giảm chi phí giao dịch cho các tác nhân hạ nguồn (downstream) và đem lại lợi ích cho những nông hộ nhỏ thượng nguồn (upstream) thông qua hạn chế biến động làm sụt giá, quản lý thị trường và các thương lượng về mua bán.

Sự phát triển đồng thời các mối quan hệ hợp tác và điều phối, biểu diễn bằng đường chéo, thể hiện sự chuyển biến hướng tới các quan hệ đối tác bền chặt, dựa trên sự tin cậy và mục tiêu chung. Tuy nhiên, trong thực tế, các hình thức tổ chức quản trị có xu hướng hướng tới một trong hai trường hợp sau:

- Sự điều phối chặt chẽ hơn theo chiều dọc, với sự chênh lệch lớn hơn về quyền lực và ít sự cộng tác tương lẫn nhau hơn (các mô hình nắm quyền), hay
- Những tiếp cận định hướng phát triển và mang tính cộng tác hơn (mô hình quan hệ), nhưng ít điều phối hơn, cũng như ít tiếp cận với các thị trường có nhiều cạnh tranh hơn.



Hình 4. Các mô hình chuỗi giá trị kinh doanh và các cơ chế quản trị

Như tác giả Guidi²¹ mô tả, trong các chuỗi giá trị có thể cùng tồn tại hàng loạt những mô hình kinh doanh khác nhau giữa các tác nhân, mỗi mô hình dựa trên những cấp độ khác nhau về hợp tác, điều phối theo chiều ngang hay chiều dọc. Chúng có thể mang tính bao trùm và đem lại lợi ích khác nhau cho các nhóm mục tiêu. Một lưu ý quan trọng đó là các chuỗi có ít hoạt động điều phối và có mức độ quản trị trong và ngoài thấp vẫn có thể được coi là “các chuỗi giá trị” – vì sản phẩm, dịch vụ, vẫn được tạo ra, chuyển hóa và tiêu thụ, và các tác nhân vẫn tạo ra giá trị dọc theo các công đoạn của chuỗi.

Trong nhiều trường hợp, những chuỗi giá trị này có thể trở nên hiệu quả hơn, hoặc sẽ được thay đổi để cải thiện địa vị của người nghèo hay người thiệt thòi trong xã hội. Tuy nhiên, cần hiểu rằng phương pháp hiệu quả và phù hợp nhằm đem lại nhiều lợi ích hơn cho người nghèo và người thiệt thòi tham gia một chuỗi giá trị, có thể không phải nhất thiết là phải cải thiện “các mối liên kết” hay quản trị chuỗi. Thường thì đổi mới, áp dụng công nghệ và phát triển năng lực sẽ là những can thiệp cần có để giải quyết các vấn đề công nghệ quan trọng ảnh hưởng đến hiệu quả của chuỗi giá trị. Chẳng hạn như vấn đề bệnh cây, các giống kém chất lượng, hay yếu kém trong đóng gói, bảo quản sản phẩm.

3. Nâng cấp chuỗi giá trị

Có thể sử dụng kết quả phân tích chuỗi giá trị để xác định các cơ hội tăng hiệu quả, sức cạnh tranh và tạo ra giá trị cho toàn chuỗi, giúp cải thiện thu nhập và sinh kế cho các nhóm mục tiêu. Hoạt động này thường được coi như **nâng cấp chuỗi**. Việc nâng cấp có thể bao gồm những cải tiến về chất lượng và thiết kế sản phẩm, hay đa dạng hóa các dòng sản phẩm được cung ứng, có thể cho phép các nhà sản xuất tạo ra giá trị cao hơn. Các giải pháp lựa chọn nâng cấp chuỗi khác nhau sẵn có đối với nông dân, các công ty kinh doanh nông sản, và những người hoạt động trong lĩnh vực phát triển^{22,23}, bao gồm:

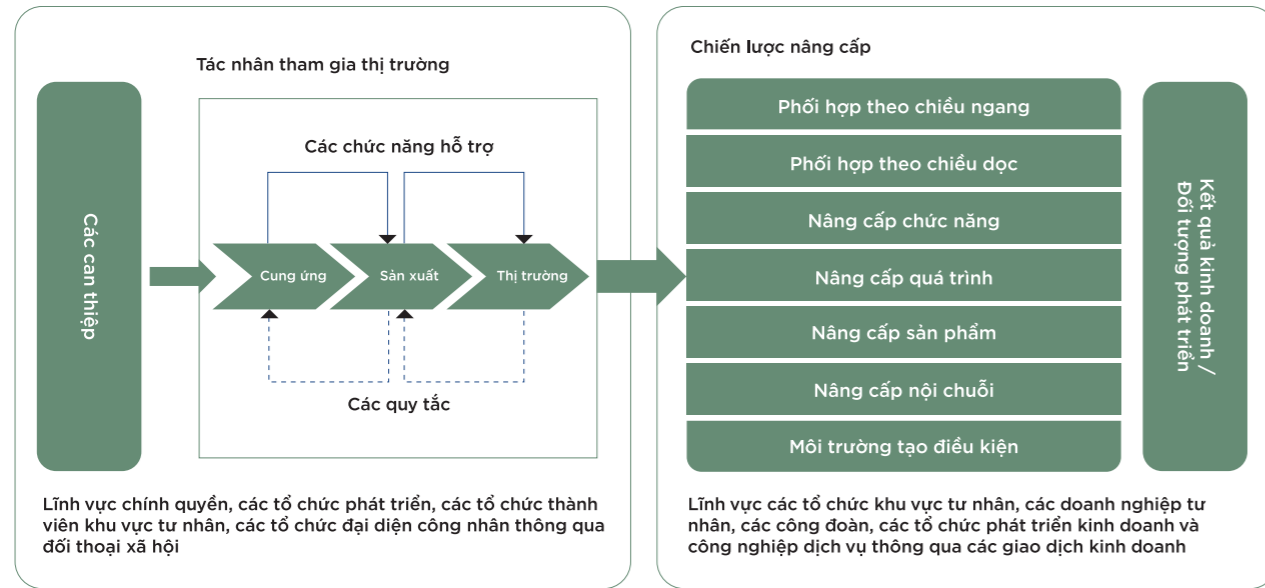
- nâng cấp quy trình
- nâng cấp sản phẩm
- nâng cấp chức năng
- nâng cấp kênh
- nâng cấp nội bộ chuỗi

Tác giả Mitchell và các đồng tác giả²⁴ đã bổ sung hình thức điều phối theo chiều ngang và theo chiều dọc, cùng với việc tạo lập một môi trường thuận lợi cho các chiến lược nâng cấp này (Hình 5).

22. J. Humphrey và H. Schmitz, *Doanh nghiệp ở các nước đang phát triển trong nền kinh tế thế giới: Quản trị và nâng cấp trong các chuỗi giá trị toàn cầu*, Báo cáo INEF 61, Viện Phát triển và Hòa Bình, Đại học Duisburg, 2002, trang 18-35, https://www.researchgate.net/publication/320427730_Developing_Country_Firms_in_the_World_Economy_Governance_and_Upgrading_in_Global_Value_Chains.

23. USAID, *Marketlinks: Các giải pháp nâng cấp*, <https://www.marketlinks.org/good-practice-center/value-chain-wiki/types-upgrading>, (truy cập vào tháng Năm 2020).

24. J. Mitchell, C. Coles và J. Keane, *Nâng cấp theo các chuỗi giá trị: Những chiến lược giảm nghèo ở châu Mỹ Latin*, Bản tóm tắt, Viện Phát triển Hải ngoại, tháng Mười Hai 2009.



Hình 5. Sơ đồ loại hình các chiến lược nâng cấp. Nguồn²⁴

Phân tích quá trình nâng cấp bao gồm đánh giá lợi nhuận của các tác nhân trong chuỗi giá trị, cũng như thông tin về những hạn chế hiện đang tồn tại. Quản trị trong chuỗi giá trị đóng một vai trò quan trọng trong việc xác định cách thức nâng cấp. Bên cạnh đó, cấu trúc của các quy định, các rào cản tới việc gia nhập, các hạn chế thương mại và tiêu chuẩn có thể định hình và ảnh hưởng tới môi trường thực hiện nâng cấp.

Cần phải phân tích các chi phí và lợi nhuận từ các nhu cầu nâng cấp cẩn thận để đánh giá các chiến lược nâng cấp nào (nếu có) là phù hợp và khả thi đối với người nghèo, và nhóm người thiệt thòi. Những chiến lược nâng cấp sử dụng các công nghệ đắt đỏ, không hợp lý rất có khả năng làm tăng rủi ro cho người sản xuất. Tương tự, không phải tất cả các hộ gia đình đều quan tâm hay sẵn lòng “nâng cấp” bằng cách thực hiện thêm chức năng khác trong chuỗi, như trở thành người thu gom hay người sơ chế sản phẩm chẳng hạn. Nhìn chung, các hộ gia đình có tham gia thành công vào chuỗi giá trị, hay hưởng lợi từ chuỗi hoặc từ các hoạt động nâng cấp hay không, sẽ phụ thuộc vào sự phù hợp của các chiến lược sinh kế và tài sản của họ với những nhu cầu và đòi hỏi về các loại vốn như vốn xã hội, tài chính, con người và vốn tài sản hữu hình cũng như các yêu cầu khác của chuỗi giá trị.

Cuối cùng, phân tích chuỗi giá trị có thể đóng vai trò quan trọng trong việc **xác định việc phân bổ lợi ích giữa những tác nhân trong chuỗi**. Tức là, thông qua phân tích các chi phí và lợi nhuận dọc theo chuỗi, ta có thể xác định ai hiện đang hưởng lợi và những tác nhân nào sẽ có tiềm năng hưởng lợi từ việc tăng cường tổ chức hay hỗ trợ.

Nắm rõ sự phân bổ lợi ích đến các tác nhân khác nhau trong toàn chuỗi đóng vai trò quan trọng phát triển các chiến lược phát triển

4. Phân bổ Lợi ích

cải thiện nhằm nâng cao vị thế của người nghèo và người chịu thiệt thòi trong mặt xã hội. Những chiến lược này ở các chuỗi khác nhau thì sẽ không giống nhau, đặc biệt là giữa các chuỗi hàng tiêu dùng đại trà (như chuỗi giá trị ngô lai hay gạo không phải đặc sản) với các chuỗi giá trị cao hơn (như rau xanh hay hoa quả).

Trong các chuỗi giá trị đặc thù, có khả năng gia tăng giá trị bằng cách cải thiện chất lượng sản phẩm hoặc đưa sản phẩm vào bán trong phân khúc thị trường có giá trị cao hơn. Trong trường hợp này, trọng tâm can thiệp là đảm bảo giá trị gia tăng được tạo ra trong chuỗi sẽ được phân bổ một cách công bằng cho người nghèo và nhóm người yếu thế trong xã hội.

Trong trường hợp các chuỗi giá trị hàng tiêu dùng đại trà, tiềm năng gia tăng giá trị sản phẩm cuối là tương đối ít (ngoại trừ sản xuất thị trường ngách, hoặc chuyển dịch dài hạn của toàn bộ ngành hàng sang sản xuất giá trị cao hơn²⁵), vì sản phẩm cuối cùng không có sự khác biệt (ví dụ như thức ăn chăn nuôi, ngô, bột sắn). Ở các loại hình chuỗi giá trị này, gia tăng giá trị cho người nghèo và người yếu thế sẽ đòi hỏi các chiến lược khác nhau - ví dụ, gia tăng hiệu suất trong vận chuyển và phân phối, hay tăng năng suất nông nghiệp.

Mở Ra Bối Cảnh và Khái Niệm

Các chuỗi giá trị thực phẩm và nông nghiệp của nông hộ nhỏ vận hành trong bối cảnh và thị trường toàn cầu thường thay đổi nhanh chóng. Điều cốt yếu là phân tích chuỗi giá trị có thể bám sát những thay đổi này và nhận biết cơ hội phát triển mới, nhằm giúp các nông hộ nghèo quy mô nhỏ cũng như các doanh nghiệp nông nghiệp có quy mô nhỏ và rất nhỏ có khả năng đóng góp, tham gia và hưởng lợi.

Những biến đổi toàn cầu trong các chuỗi giá trị nông nghiệp và thực phẩm

Đáp ứng nhu cầu lương thực toàn cầu sẽ tiếp tục là thách thức chính trong hai thập kỷ tới. Đến năm 2050, FAO dự đoán thế giới sẽ cần gấp đôi lượng lương thực so với năm 2013. Đây vừa là thách thức vừa là cơ hội cho nông dân và các doanh nghiệp hoạt động trong các chuỗi giá trị nông nghiệp nhỏ²⁶.

Dân số tiếp tục gia tăng, phát triển kinh tế, cạnh tranh về đất nông nghiệp và nguồn nước, biến đổi khí hậu, và các vấn đề môi trường đang đòi hỏi năng lực và khả năng cạnh tranh ngày càng lớn nhằm sản xuất được nhiều sản phẩm hơn trong khi sử dụng ít nguồn lực và tài nguyên hơn. Ở nhiều nền kinh tế đang phát triển, đặc biệt ở châu Á, với thu nhập hộ gia đình tăng mạnh, dân số đô thị hóa cùng thay đổi về nhân khẩu, đang làm gia tăng nhanh chóng nhu cầu về thực phẩm giá trị cao, đa dạng bao gồm thịt cá, rau quả, dầu và đồ ăn chế biến sẵn. Trên phương diện toàn cầu, người tiêu dùng ngày càng đòi hỏi, và sẵn sàng chi trả nhiều hơn cho những sản phẩm có tiêu chuẩn cao về chất lượng và an toàn thực phẩm, cũng như mức độ tươi, độ

25. Xem ví dụ ở: https://www.ifc.org/wps/wcm/connect/b2cf6f8e-a790-46ce-a42a-49d72b726008/StoriesOfImpact2014_CambodiaRice.pdf?MOD=AJPERES&CVID=kCGj7Nt

26. FAO, *Tương lai của nông nghiệp và lương thực: Các xu thế và thách thức*, Tổ chức Nông lương Liên Hợp Quốc, Rome, 2017, <http://www.fao.org/3/a-i6583e.pdf>.

đồng đều, sự tiện ích và khả năng truy xuất nguồn gốc sản phẩm.

Những thị trường nông nghiệp ngách có giá trị cao, được hỗ trợ bởi các hệ thống chứng nhận và tiêu chuẩn, cũng đang phát triển để đáp ứng nhu cầu ngày càng tăng của người tiêu dùng đối với thực phẩm an toàn, lành mạnh, giàu dinh dưỡng. Các sản phẩm cũng ngày càng phải đáp ứng những đặc tính về đạo đức, bảo vệ môi trường và hữu cơ, hoặc những đặc điểm về xuất xứ và nguồn gốc địa lý.

Đáp lại xu hướng này, các thị trường và chuỗi giá trị thực phẩm nông nghiệp toàn cầu đang chuyển biến nhanh chóng và trở nên hội nhập hơn²⁷. Trong khi các thị trường thực phẩm truyền thống vẫn chiếm ưu thế ở châu Á, một cuộc cách mạng cũng đang diễn ra song song trong thị trường bán lẻ hiện đại hội nhập theo cả chiều ngang lẫn chiều dọc, bởi các siêu thị và cửa hàng tiện lợi, các chuỗi chế biến thực phẩm, đóng gói tiện ích, logistic tổng hợp và các chuỗi đồng lạnh²⁸.

Các hệ thống thực phẩm bền vững

Những xu thế gần đây hướng tới tiếp cận các hệ thống thực phẩm bền vững đã mở ra các phương pháp phát triển chuỗi giá trị bao gồm cả những mối tương tác giữa các chuỗi thực phẩm khác nhau và toàn bộ hệ thống thực phẩm. Chúng đưa ra một cách rõ ràng những vấn đề về an ninh lương thực, sức khỏe và dinh dưỡng cũng như các vấn đề môi trường²⁹. Các nhà nghiên cứu cần lưu tâm rằng nông dân và các doanh nghiệp thường sản xuất ra nhiều sản phẩm để đa dạng hóa nguồn thu nhập, nhằm hỗ trợ sinh kế của họ, như là một phần của toàn bộ hệ thống nông trại hay doanh nghiệp. Vì lẽ đó, điểm cốt yếu chính là các phương pháp tiếp cận chuỗi giá trị không được bỏ qua những lựa chọn, các mối tương tác, cùng những sự đánh đổi tồn tại giữa các mùa vụ, sản phẩm và thị trường khác nhau.

Khuôn khổ phân tích chuỗi giá trị, do đó, nên được điều chỉnh để bám sát hơn những lựa chọn quan trọng mà người sản xuất nhỏ phải chấp nhận trong tổng quan bối cảnh sinh kế của họ. Cũng cần quan tâm nhiều hơn đến những giá trị dinh dưỡng, an toàn, bảo đảm sức khỏe và nguồn gốc xuất xứ mà người tiêu dùng kỳ vọng ở sản phẩm; chứ không chỉ chú trọng đến số lượng sản xuất, giá trị kinh tế hay cách thức phân phối sản phẩm.

Nông nghiệp số

Cần tìm hiểu sự phù hợp của công nghệ số với các giải pháp nâng cấp chuỗi giá trị, và các trở ngại cũng như cơ hội đối với các hộ nhỏ, với người nghèo hoặc phụ nữ.

27. T. Reardon và P. Timmer, 'Các nhà Kinh tế học của cuộc cách mạng hệ thống lương thực', *Đánh giá thường niên về tài nguyên kinh tế*, 2012, số 4, trang. 225-264.

28. T. Reardon và các đồng tác giả., *Cuộc cách mạng thâm lặn trong các chuỗi giá trị thực phẩm cơ bản: gia nhập nhóm rỗng, voi và hổ*, thành phố Mandaluyong, Philippines và Washington, DC: Ngân hàng Phát triển châu Á và Viện Nghiên cứu Chính sách Lương thực Quốc tế, 2012.

Cuộc cách mạng toàn cầu trong ứng dụng và công nghệ số có tiềm năng thay đổi cách thức hoạt động của thị trường và chuỗi giá trị của nông hộ nhỏ ở mọi cấp độ³⁰. Các nghiên cứu trường hợp cho thấy những ứng dụng kỹ thuật số mới có thể giúp nông hộ nhỏ vượt qua các rào cản truyền thống trong chuỗi giá trị. Thực tế, những công cụ số dành cho tài chính và nông nghiệp đã làm thay đổi các mối quan hệ và liên kết, hợp tác và điều phối, truyền thông, các luồng thông tin và kiến thức, thị trường, các dịch vụ tài chính, cũng như vận tải và mua bán sản phẩm. Tuy nhiên, nông nghiệp vẫn là khu vực ít được số hóa hơn cả, và sự thích ứng với công nghệ số trong những chuỗi giá trị hộ gia đình nhỏ mới chỉ ở những giai đoạn sơ khai, kèm theo vô số nguy cơ và thách thức.

Một loạt các ứng dụng công nghệ số đang được đề xuất, phát triển và thử nghiệm cho ngành nông nghiệp, bao gồm trí thông minh nhân tạo và máy học (machine learning), tự động hóa, nghiên cứu chế tạo robot, các hệ thống điều khiển và cảm ứng, Internet vạn vật (IOT), dữ liệu lớn (big data) và công cụ phân tích, định vị GPS và các hệ thống vẽ bản đồ, nhãn hiệu số (như GS1) và sổ cái phân bố (như blockchain)³¹. Tuy nhiên, không phải tất cả mọi ứng dụng và công nghệ kỹ thuật số đều sẽ phù hợp hay có lợi cho các nông hộ nhỏ.

Nghiên cứu chuỗi giá trị cần giải quyết các câu hỏi then chốt về lợi ích và cơ hội của công nghệ số dành cho các nông hộ nhỏ, các doanh nghiệp nông nghiệp và những tác nhân khác, bao gồm:

- Các công nghệ số đóng vai trò gì đối với nông hộ nhỏ và trong các chuỗi giá trị?
- Công nghệ số có thể cải tiến chức năng và hiệu quả của các chuỗi giá trị như thế nào?
- Công nghệ số có thể cung cấp các giải pháp thực tế ở đâu, như thế nào? Xác định và thực hiện các giải pháp đó tốt nhất như thế nào?
- Khả năng tiếp cận công nghệ số của phụ nữ và nam giới trong các nông hộ nhỏ và các doanh nghiệp kinh doanh nông nghiệp đến đâu?
- Vì thế, các tiếp cận chuỗi giá trị ngày càng đòi hỏi phải đánh giá và xác định những cơ hội cho các công nghệ số một cách đúng đắn trong nhiều lựa chọn khác nhau.

29. FAO, *Các hệ thống lương thực bền vững. Khái niệm và Khuôn khổ*, Tổ chức Nông lương Liên Hợp Quốc, 2018, <http://www.fao.org/3/ca2079en/CA2079EN.pdf>, (truy cập vào tháng Năm 2020).

30. FAO, *Giải quyết nghèo đói thông qua cải cách kỹ thuật số*, Tổ chức Nông lương Liên Hợp Quốc, tháng Tám, 2018, <http://www.fao.org/3/ca1040en/CA1040EN.pdf>.

31. P.K. Das và M. Hamp, *Số hóa cho các chuỗi giá trị nông nghiệp tại Trung Quốc và Ấn Độ: những ví dụ thực tế về các giải pháp dựa trên phần mềm dành cho nhà sản xuất hộ nhỏ lẻ*, Hiệp hội tin dụng nông nghiệp và nông thôn Châu Á Thái Bình Dương (APRACA), Thailand: Bangkok, 2019.



Giảm xói mòn giúp tăng thu nhập, hướng tới một chế độ ăn uống lành mạnh và tăng khả năng chống chịu với biến đổi khí hậu là những thách thức mà nông dân tại khu vực miền núi phía Bắc Việt Nam đang phải đối mặt.
Ảnh: ©2016CIAT/GeorginaSmith



Sử dụng máy tính bảng để thu thập số liệu về thực địa và gia súc tại Vanuatu.
Ảnh: ACIAR/ConorAshleigh

3. Các Phương Pháp Nghiên Cứu và Thu Thập Dữ Liệu

Giới Thiệu	38
Mục Tiêu	40
Áp Dụng Lăng Kính Giới	40
Các Phương Pháp Thu Thập Dữ Liệu	44
Nghiên cứu tổng quan dữ liệu và thông tin thứ cấp	44
Phòng vấn bán cấu trúc các tác nhân cung cấp thông tin chủ chốt	48
Thảo luận nhóm	53
Quan sát thực địa	56
Phòng vấn có cấu trúc	58
Xác Minh và Diễn Giải Dữ Liệu	62
Chọn Mẫu và Thu Thập Thông Tin	64
Số Lượng Thành Viên và Thành Phần Nhóm Nghiên Cứu	67

Giới Thiệu

Nghiên cứu chuỗi giá trị cung cấp những minh chứng nhằm xác định các cơ hội phát triển và can thiệp cho chuỗi, và/hoặc đánh giá các chính sách hay đưa ra các khuyến nghị chính sách. Những nghiên cứu chuỗi giá trị có chất lượng tốt không chỉ dừng lại ở các kết luận mang tính mô tả. Phương pháp nghiên cứu chuỗi giá trị cần hỗ trợ cho các phân tích quan trọng và thiết thực với các minh chứng chính xác từ thông tin thu thập về hiện trạng, xác định những thay đổi có thể cải thiện khả năng cạnh tranh của chuỗi và các lựa chọn khác nhau nhằm cải thiện thu nhập và sinh kế cho các đối tượng tham gia.

Việc chọn lựa các phương pháp nghiên cứu phù hợp là một bước rất quan trọng trong chu kỳ nghiên cứu chuỗi giá trị. Chương này sẽ cung cấp các hướng dẫn thực tế về phương pháp nghiên cứu và thu thập dữ liệu, khi áp dụng các công cụ nghiên cứu chuỗi giá trị được trình bày ở các chương tiếp theo.

Các nghiên cứu Chuỗi giá trị thường áp dụng phương pháp tổng hợp. Phương pháp tổng hợp có thể kết hợp các kết quả từ phương pháp định tính (ví dụ như các cuộc thảo luận nhóm, phỏng vấn bán cấu trúc các đối tượng nắm thông tin chủ chốt và quan sát trực tiếp) với các thông tin mang tính thống kê từ phương pháp định lượng (ví dụ như bảng câu hỏi khảo sát có cấu trúc từ nhóm mẫu lớn gồm các hộ nông dân hoặc người tiêu dùng). Phương pháp này đem lại sự hiểu biết rõ ràng hơn về các vấn đề nghiên cứu so với từng phương pháp riêng lẻ.

Thảo luận nhóm về các mô hình kinh doanh bao trùm tại Đồng Hới, Quảng Bình, Việt Nam.
Ảnh: ©2015CIAT/GeorginaSmith



Quyết định lựa chọn phương pháp nghiên cứu thường được đưa ra dựa trên các yếu tố về thời gian và nguồn lực hiện có, phạm vi địa lý, độ phức tạp của chuỗi, mục đích và trọng tâm chủ yếu của nghiên cứu. Trong một vài trường hợp, chúng ta sẽ cần phải tiến hành đánh giá nhanh chuỗi giá trị, cho nên cần thu thập dữ liệu định tính từ nhóm mẫu khá nhỏ từ những người cung cấp thông tin. Trong những trường hợp khác, khi nhóm mẫu lớn và phân tầng gồm một hoặc nhiều nhóm tác nhân như nông dân hoặc người tiêu dùng, thì có thể thu thập thông tin qua các cuộc khảo sát có cấu trúc, kết hợp với các cuộc phỏng vấn các đối tượng cung cấp thông tin chủ chốt và thảo luận nhóm.



Thuật ngữ Các Phương Pháp Nghiên Cứu

Chu kỳ nghiên cứu là một loạt các bước trong quá trình nghiên cứu được thiết kế nhằm: xác định các câu hỏi hay vấn đề chính; thiết kế nghiên cứu và lựa chọn phương pháp; triển khai nghiên cứu; phân tích và diễn giải các kết quả; báo cáo và công bố kết quả.

Các phương pháp nghiên cứu là những quy trình và công cụ khác nhau được sử dụng để thu thập và phân tích dữ liệu nhằm tìm ra giải pháp cho một vấn đề. Những phỏng vấn bán cấu trúc và thảo luận nhóm là các phương pháp nghiên cứu thường được áp dụng trong nghiên cứu chuỗi giá trị.

Dữ liệu sơ cấp là dữ liệu hoặc thông tin chưa tồn tại trước đó và được thu thập phục vụ cho mục đích cụ thể.

Dữ liệu thứ cấp là dữ liệu đã được báo cáo hoặc xuất bản trước đó trên tạp chí, trang mạng hoặc cơ sở dữ liệu.

Các phương pháp thu thập dữ liệu dành cho dữ liệu sơ cấp thường được chia thành hai loại: định tính và định lượng.

Các phương pháp định tính dựa vào các diễn giải từ dữ liệu bằng văn bản hoặc lời nói của một lượng mẫu nhỏ các đối tượng tham gia. Phương pháp này bao gồm các cuộc phỏng vấn, thảo luận nhóm, quan sát và nghiên cứu trường hợp và thường được áp dụng trong những nghiên cứu chuỗi giá trị. Các phương pháp định tính có thể trả lời câu hỏi “tại sao” nhưng không mang tính khái quát, suy rộng cho các đối tượng nghiên cứu.

Các phương pháp định lượng dựa vào con số, tính toán và phân tích thống kê và kinh tế lượng. Dữ liệu được thu thập từ những nhóm mẫu lớn, thường sử dụng các khảo sát có cấu trúc. Phương pháp định lượng cần đại diện cho các đối tượng nghiên cứu và cung cấp dẫn chứng thống kê cho những câu hỏi như “bao nhiêu” hoặc “số lượng bao nhiêu” (ví dụ: năng suất trung bình, thu nhập hoặc số lượng nông dân áp dụng các thực hành sản xuất khác nhau). Tuy nhiên, hiếm khi phương pháp này đưa ra nhìn nhận sâu sắc hơn về “lý do vì sao”?

Phương pháp tổng hợp sử dụng cả phương pháp định tính và định lượng để thu thập, phân tích và diễn giải dữ liệu.

Mục Tiêu

Các mục tiêu chính của phần này là để:

- Hiểu được các phương pháp nghiên cứu và thu thập dữ liệu khác nhau được áp dụng trong nghiên cứu chuỗi giá trị và làm thế nào để lựa chọn được phương pháp và áp dụng cho phù hợp;
- Biết cách áp dụng quan điểm lồng ghép giới trong thiết kế và thực hiện nghiên cứu chuỗi giá trị;
- Hiểu biết được cách chọn mẫu và thu thập dữ liệu, cách xác minh và diễn giải dữ liệu; và
- Đưa ra lời khuyên về quy mô và thành phần của nhóm

Áp Dụng Lồng Kính Giới

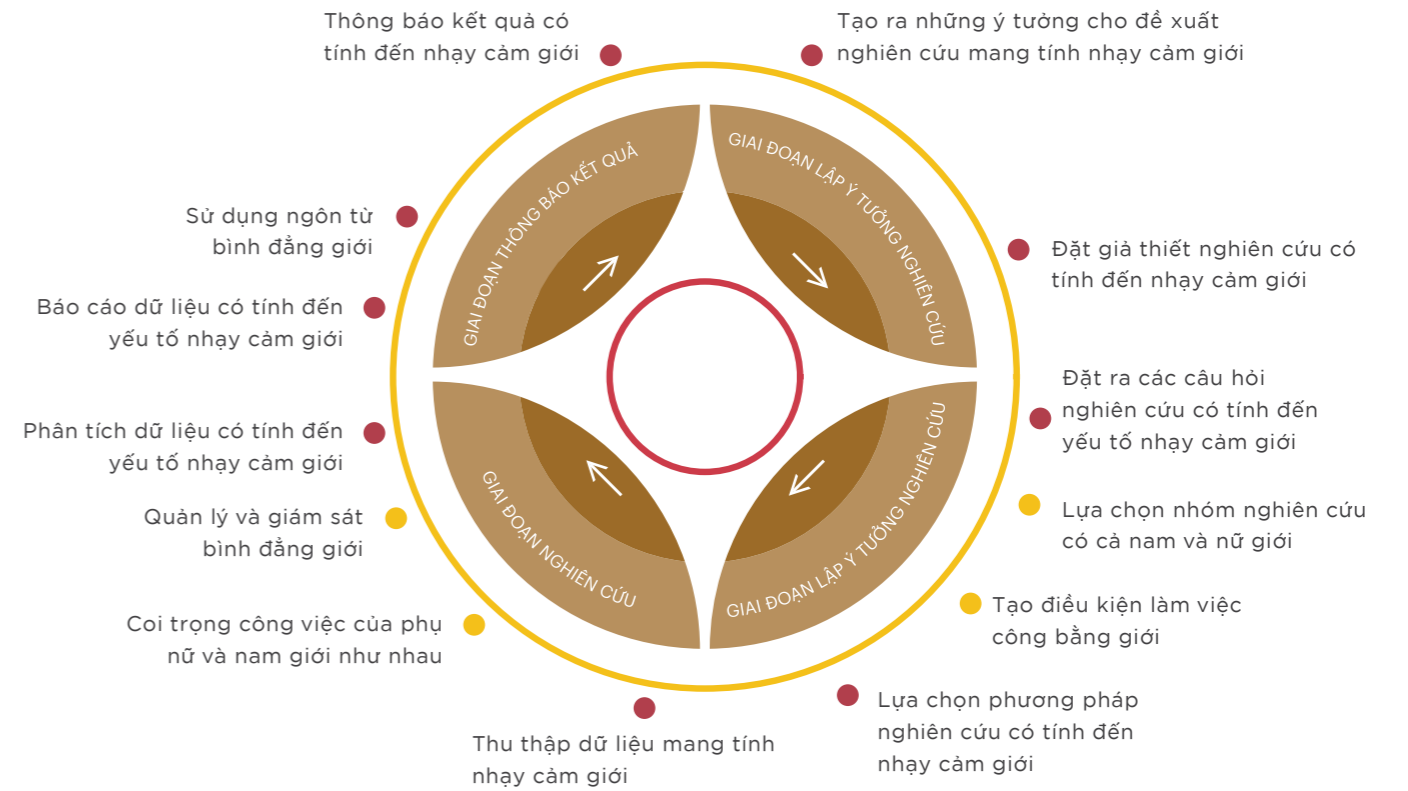
Để thấu hiểu sâu sắc hơn về vai trò của giới, các trở ngại và cơ hội trong chuỗi giá trị nông nghiệp, quan điểm hoặc góc nhìn về giới cần được lồng ghép vào tất cả phương diện của chu kỳ nghiên cứu, các phương pháp và thu thập dữ liệu¹.

Việc lồng ghép giới trong nghiên cứu Chuỗi giá trị giúp cho chúng ta nhận thức được quan điểm về giới hoặc quan điểm được phân tích tách biệt theo giới về các nội dung như cấu trúc chuỗi và quản lý chuỗi. Điều này cần sự hiểu biết về vị trí và vai trò khác nhau của nam giới và phụ nữ trong chuỗi giá trị cũng như các nguồn lực, cản trở, nhu cầu và cơ hội cụ thể của họ. Việc lồng ghép giới có thể cho phép đưa ra các khuyến nghị được lồng ghép với giới, và trong một vài trường hợp, các khuyến nghị sẽ hướng đến giải quyết vấn đề bất bình đẳng giới.

Mô hình về chu kỳ nghiên cứu vấn đề giới dưới đây sẽ giúp lồng ghép yếu tố giới trong tất cả các giai đoạn của nghiên cứu chuỗi giá trị. Những phần tiếp theo trong chương này sẽ đưa ra các ý tưởng để làm thế nào để lồng ghép giới khi lựa chọn các phương pháp nghiên cứu và thu thập dữ liệu.

Những câu hỏi và giả thuyết nghiên cứu, các phương pháp nghiên cứu, các công cụ thu thập dữ liệu và các mẫu nghiên cứu cần phải phản ánh được yếu tố giới và phương diện xã hội, là những lĩnh vực chính cần phải tìm hiểu. Các câu hỏi hướng dẫn trong Hộp 1 dưới đây có thể giúp cán bộ nghiên cứu hiểu được những vấn đề về bình đẳng giới trong các phạm vi chính về trao quyền và hướng dẫn về việc cần thu thập thông tin gì trong nghiên cứu.

1. J. Njuki, 'Bảo cáo thực tế: Các yếu tố chủ đạo trong việc lồng ghép yếu tố giới tính vào dự án nghiên cứu và phát triển nông nghiệp', *Tạp chí An toàn Giới tính, Nông nghiệp và Thực phẩm*, quyển. 1, số. 3, 2016, trang. 104-108.



Hình 1. Mô hình lồng ghép yếu tố giới trong tất cả các giai đoạn của chu kỳ nghiên cứu
Nguồn: Ủy ban Châu Âu, 2011²

- Cơ hội công bằng cho cả nam và nữ trong nghiên cứu
- Yếu tố giới trong nội dung nghiên cứu

2. Ủy ban Châu Âu, *Bộ công cụ dành cho Giới tính trong Nghiên cứu được tài trợ bởi Ủy ban Châu Âu*, Tổng cục Nghiên cứu và Cải tiến, 2011, https://www.ki.si/fileadmin/user_upload/KINA24840ENC_002.pdf.

Hộp 1: Những câu hỏi cần để cập để hiểu về bình đẳng giới và trao quyền kinh tế cho phụ nữ ³	
Phạm vi trao quyền	Câu hỏi ví dụ
Tăng trưởng kinh tế – tăng thu nhập và lợi nhuận trên lao động	<ul style="list-style-type: none"> Tỉ lệ nam và nữ hoạt động trong chuỗi giá trị này (bao gồm đầu vào, sản xuất, chế biến, vận tải và mua bán) là bao nhiêu và vai trò của họ khác nhau như thế nào? Các giá trị nào được cho là gắn liền với vai trò của phụ nữ?
	<ul style="list-style-type: none"> Khi làm việc ở nông trại khác (bên ngoài nông trại của gia đình), công việc và tiền công của phụ nữ và đàn ông khác nhau ra sao? Phụ nữ có bị trả lương ít hơn nam giới khi làm cùng một công việc không?
Tiếp cận với các cơ hội và cơ hội trong cuộc sống	<ul style="list-style-type: none"> Phụ nữ có những cơ hội tiếp cận nào và điều này ảnh hưởng đến sự tham gia của họ trong lĩnh vực nông nghiệp ra sao? Nó ảnh hưởng như thế nào đến sự tham gia của họ trong các hoạt động dự án? Yếu tố này có khác nhau với từng phụ nữ, phụ thuộc vào địa vị kinh tế xã hội của họ hay không?
	<ul style="list-style-type: none"> Trình độ đọc viết và tính toán của phụ nữ như thế nào? Điều này ảnh hưởng ra sao đến khả năng tham gia vào chuỗi giá trị nông nghiệp?
Tiếp cận với các tài sản, dịch vụ và hỗ trợ cần thiết để phát triển về mặt kinh tế	<ul style="list-style-type: none"> Phụ nữ và đàn ông sở hữu những tài sản phục vụ sản xuất nào? Ai là người đưa ra quyết định trong việc mua sắm, buôn bán hoặc chuyển giao tài sản? Năng lực sử dụng các nguồn lực ấy của phụ nữ như thế nào?
	<ul style="list-style-type: none"> Phụ nữ và đàn ông sở hữu bao nhiêu đất? Quy mô và địa điểm nông trại khác nhau ra sao khi phân theo giới tính? Phụ nữ có quyền lợi pháp lý nào để nắm giữ đất đai và đảm bảo quyền sử dụng đất?
	<ul style="list-style-type: none"> Phụ nữ và đàn ông có thể tiếp cận công nghệ nào? Công nghệ có đáp ứng nhu cầu của phụ nữ không? Ví dụ như công nghệ tiết kiệm nhân công (hoặc công nghệ dành riêng cho nhóm cây trồng dành cho phụ nữ)
	<ul style="list-style-type: none"> Mức độ trao đổi giữa phụ nữ và đàn ông với cán bộ khuyến nông như thế nào? Tỉ lệ cán bộ khuyến nông nam và nữ là bao nhiêu?

Hộp 1: Những câu hỏi cần để cập để hiểu về bình đẳng giới và trao quyền kinh tế cho phụ nữ ³ (tiếp)	
Phạm vi trao quyền	Câu hỏi ví dụ
Tiếp cận với các tài sản, dịch vụ và hỗ trợ cần thiết để phát triển về mặt kinh tế	<ul style="list-style-type: none"> Mức độ tiếp cận của phụ nữ và đàn ông với các dịch vụ tài chính ra sao? Phụ nữ có cơ hội nào để sử dụng quyền sở hữu đất làm tài sản thế chấp?
	<ul style="list-style-type: none"> Chính sách và bối cảnh về thể chế có hỗ trợ phụ nữ có quyền hơn trong sở hữu tài sản và nhiều cơ hội tiếp cận dịch vụ hơn không?
Quyền đưa ra quyết định trong các lĩnh vực khác nhau bao gồm tài chính gia đình	<ul style="list-style-type: none"> Mức độ phụ nữ có thể đưa ra quyết định cho các vấn đề, bao gồm thu nhập và tài sản là như thế nào?
	<ul style="list-style-type: none"> Phụ nữ có nắm giữ vị trí lãnh đạo không? Họ có thể đem lại những ảnh hưởng nào?
	<ul style="list-style-type: none"> Năng lực của phụ nữ được thể hiện thế nào trong hoạt động buôn bán và thương lượng? Sự kết nối của phụ nữ và thị trường có tốt không và họ có khả năng tiếp cận thông tin thị trường không?
Khối lượng công việc có thể đảm đương	<ul style="list-style-type: none"> Sự phân chia lao động theo giới tính dành cho việc nhà và công việc nông nghiệp như thế nào?
	<ul style="list-style-type: none"> Có những cơ hội nào để giảm thiểu khối lượng công việc của phụ nữ hoặc phân chia lại trách nhiệm trong gia đình? Có những cơ hội nào để khuyến khích đàn ông hỗ trợ và chia sẻ những công việc không được trả lương của phụ nữ?
	<ul style="list-style-type: none"> Việc phụ nữ phải làm nhiều việc đồng áng hơn có tác động thế nào đến việc chăm sóc và nuôi dưỡng trẻ sơ sinh và trẻ nhỏ?

3. Bộ Ngoại Giao và Thương Mại Úc (DFAT) *Ghi chú Hướng dẫn Vận hành về Bình đẳng giới và trao quyền kinh tế cho phụ nữ trong lĩnh vực nông nghiệp*, 2015. <https://www.dfat.gov.au/sites/default/files/operational-guidance-note-gender-equality-and-womens-economic-empowerment-in-agriculture.pdf>.

Các Phương Pháp Thu Thập Dữ Liệu

Nghiên cứu tổng quan dữ liệu và thông tin thứ cấp

Phần này mô tả các phương pháp thu thập dữ liệu thường được áp dụng trong nghiên cứu chuỗi giá trị. Các phương pháp như phỏng vấn các đối tượng cung cấp thông tin chính, thảo luận nhóm và quan sát thực địa sẽ được mô tả là các phương pháp định tính áp dụng trong thu thập dữ liệu sơ cấp. Trong khi đó, khảo sát có cấu trúc được coi là một phương pháp định lượng.

Việc nghiên cứu, phân tích và tổng hợp dữ liệu và thông tin từ các nguồn như thống kê, tài liệu được công bố và báo cáo sẽ cung cấp bối cảnh quan trọng cùng với các minh chứng về những nhóm mục tiêu, các lĩnh vực và sản phẩm khác nhau trong quá trình lựa chọn các chuỗi giá trị ưu tiên (bước lựa chọn chuỗi giá trị ưu tiên được thảo luận chi tiết trong Công cụ 1 trong Phần 2 của cuốn sách).

Trong quá trình thu thập dữ liệu, cán bộ nghiên cứu sẽ thu thập các thông tin hữu ích về những vùng sản xuất trọng điểm, trung tâm phân phối chính, thị trường cuối cùng, cũng như các tác nhân thị trường và phân khúc thị trường quan trọng. Các nghiên cứu nhân học hoặc kinh tế xã hội cũng cung cấp các thông tin và những nhìn nhận sâu sắc về sinh kế và bối cảnh văn hóa xã hội cũng như các thách thức của các đối tượng mục tiêu gặp phải tại địa phương.

Ví dụ về nguồn dữ liệu và thông tin thứ cấp được trình bày trong Hộp 2 và Hộp 3.

Thông qua việc nghiên cứu tài liệu thứ cấp (là các báo cáo và tài liệu được công bố) cán bộ nghiên cứu sẽ có được những quan điểm ban đầu về một số vấn đề và một số giả thuyết tạm thời, để đưa ra thảo luận cùng với những tác nhân cung cấp thông tin chính. Những lĩnh vực thiếu dữ liệu và thông tin quan trọng hoặc có thông tin mâu thuẫn nhau, hay những lĩnh vực mà các nhà phân tích chưa thống nhất quan điểm, sẽ cần được chú ý đặc biệt để làm sáng tỏ trong suốt quá trình phỏng vấn các đối tượng cung cấp thông tin chủ chốt. Dữ liệu và thông tin được công bố trên các bài viết và bài báo mạng và bản tin thường cần phải có sự xác minh từ nguồn thông tin sơ cấp hoặc thứ cấp.

Trong suốt quá trình phân tích dữ liệu sơ cấp và hoàn thiện báo cáo, cán bộ nghiên cứu cần tham khảo dữ liệu thứ cấp. Điều này sẽ giúp họ có được bức tranh tổng quan toàn diện và chắc chắn hơn về chuỗi giá trị cũng như môi trường tổng thể bên ngoài chuỗi.

Hộp 2: Ví dụ về nguồn dữ liệu thứ cấp

Các số liệu thống kê về sản xuất nông nghiệp và thương mại được công bố bởi các cơ quan thống kê quốc gia và các tổ chức quốc tế như Tổ chức Lương thực và Nông nghiệp Liên Hiệp Quốc (FAO) hay Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC).

Các khảo sát quốc gia về hộ gia đình cung cấp nhiều dữ liệu hữu ích, từ quy mô nông trại đến sử dụng vật tư đầu vào, năng suất sản lượng của nông trại và tiêu dùng thực phẩm.

Các bài báo học thuật và nghiên cứu cung cấp dữ liệu và phân tích có giá trị về nhiều vấn đề, bao gồm sản xuất, tiếp thị, chế biến, thương mại quốc tế và tiêu dùng.

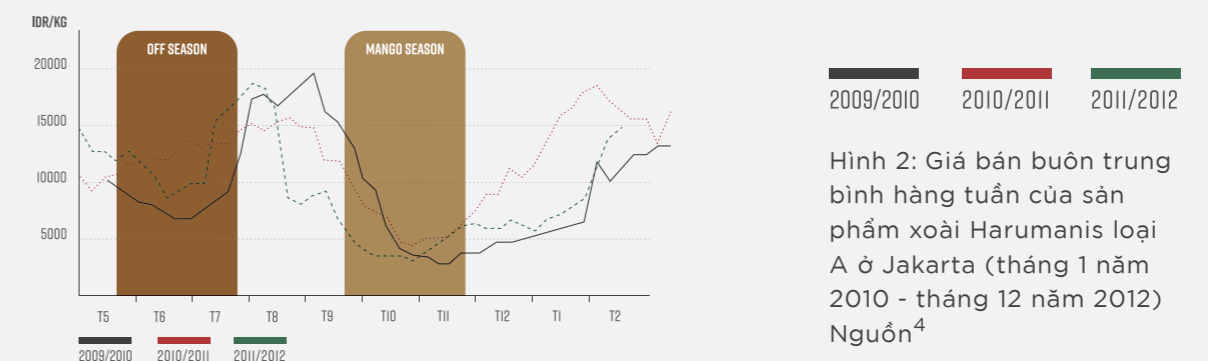
Các báo cáo từ cơ quan nhà nước, đơn vị quốc tế, tổ chức phi Chính và dự án cũng có thể cung cấp nhiều thông tin liên quan.

Các bài báo và bài viết trên mạng thường đưa ra thông tin liên quan về luật và các quy định, các công ty, đầu tư và cơ sở hạ tầng của giao thông vận tải, công nghệ có triển vọng và các vấn đề phát triển trong lĩnh vực sản xuất và tiếp thị, v.v.

Hộp 3: Tiếp cận và sử dụng thông tin giá cả thứ cấp trong nghiên cứu chuỗi giá trị sản phẩm xoài ở miền Đông In-đô-nê-si-a

Phân tích giá cả có thể cung cấp các nhìn nhận sâu sắc về thị trường và chuỗi giá trị. Mặc dù dữ liệu giá cả ở thị trường tự do có thể được thu thập, chúng ta vẫn cần dữ liệu về giá cả thống kê theo thời gian để phân tích xu hướng và mùa vụ. Số liệu này chỉ có thể được thu thập được từ các nguồn thứ cấp.

Ví dụ, vào năm 2012 một nhóm nghiên cứu chuỗi sản phẩm xoài đã thành công trong việc thu thập dữ liệu giá hàng ngày trong thời gian 3 năm từ ban quản trị của Chợ bán sỉ Kramatjati ở In-đô-nê-si-a (chi trả kinh phí thu thập dữ liệu cho cán bộ quản lý tại chợ). Việc phân tích về tính thời vụ của giá cả, và đánh giá một số lựa chọn về mặt kỹ thuật có khả năng cải thiện thu nhập, đã cho phép nhóm nghiên cứu xác định được rằng việc kích thích ra hoa là một cải tiến rất có tiềm năng để giúp nông dân tăng thu nhập. Phân tích này đã giúp cho AIPD-Rural, một dự án do Úc tài trợ, hợp tác với Syngenta trong quảng bá công nghệ kích thích cây trồng có khả năng sản xuất xoài cho thu hoạch sớm (tháng 5 đến tháng 7).



Hình 2: Giá bán buôn trung bình hàng tuần của sản phẩm xoài Harumanis loại A ở Jakarta (tháng 1 năm 2010 - tháng 12 năm 2012) Nguồn⁴



Giống xoài *Hurumanis* được bán tại các sạp ven đường tại Surabaya, In-đô-nê-si-a.
Ảnh: Oikoi

Phòng vấn bán cấu trúc các tác nhân cung cấp thông tin chủ chốt

Phòng vấn bán cấu trúc các tác nhân cung cấp thông tin chủ chốt thường là phương pháp chính để thu thập dữ liệu sơ cấp. Có hai nhóm tác nhân nắm thông tin chính thường được hướng đến là:

- **Các tác nhân có kiến thức là những quan sát viên.** Những đối tượng này không tham gia vào hoạt động sản xuất và tiếp thị sản phẩm nhưng có thể đưa ra những thông tin và cách nhìn nhận sâu sắc về các vấn đề liên quan. Những học giả, nhà nghiên cứu, các cán bộ quản lý trong ngành thực phẩm đã về hưu, các nhà hoạch định chính sách, cán bộ Nhà nước, cán bộ khuyến nông và các nhân viên từ những đơn vị tài trợ, các tổ chức phi Chính hoặc các dự án đều thuộc nhóm đối tượng này.
- **Tác nhân tham gia thị trường một cách trực tiếp hoặc gián tiếp.** Đây là đối tượng tham gia vào hoạt động sản xuất, kinh doanh và chế biến hàng hóa nông nghiệp theo như phân tích chuỗi chỉ ra (ví dụ như nông dân, thương nhân và công ty chế biến) hoặc tham gia cung cấp dịch vụ thương mại cho các tác nhân tham gia chuỗi giá trị (ví dụ như nhà cung cấp đầu vào và người vận chuyển).

Phòng vấn bán cấu trúc không dựa theo trình tự nhất định như phòng vấn có cấu trúc với các câu hỏi định lượng ngắn và xúc tích. Thay vào đó, chúng bao gồm một loạt các buổi trao đổi và thảo luận xoay quanh những câu hỏi và chủ đề được xác định trước theo một mẫu phòng vấn được vận dụng linh hoạt.

Loại phòng vấn này đặc biệt phù hợp cho hoạt động thực hiện thăm dò chuyên sâu với nhiều nội dung như các thực hành sản xuất, lựa chọn, niềm tin, kì vọng, quy tắc, kiểu mẫu, xu hướng, liên kết, quan hệ, luồng (thông tin, sản phẩm), cơ hội, hạn chế và nguyên nhân sâu xa của các cách ứng xử. Loại phòng vấn này là cách để đặt ra những câu hỏi mang tính cung cấp thêm thông tin cho các vấn đề khác nhau, bao gồm các câu hỏi như là gì, khi nào, ở đâu, ai, bao nhiêu, thế nào và tại sao.

Một danh mục các nội dung phòng vấn thường được sử dụng để định hướng cho những cuộc phòng vấn này. Danh sách các chủ đề, vấn đề hoặc câu hỏi giúp gợi mở và để không bỏ quên các thông tin cần hỏi. Điều này giúp cho cán bộ nghiên cứu đặt câu hỏi theo một trình tự logic nhất định. Có rất nhiều mẫu câu hỏi với phạm vi khác nhau và có thể thay đổi trình tự câu hỏi khi cần thiết.

Nhìn chung, danh mục để phòng vấn cần phải cụ thể đối với mỗi nhóm tác nhân. Ví dụ, đại lý vật tư đầu vào có thể cung cấp thông tin hữu ích về công nghệ hiện có và đang được người nông dân sử dụng trong vùng, nhưng họ sẽ biết rất ít về hệ thống tiêu thụ nông sản. Bảng dưới đây đưa ra ví dụ về danh mục các nội dung khảo sát đối tượng bán buôn trong chuỗi giá trị xoài ở miền Đông In-đô-nê-si-a.

Hộp 4: Ví dụ về danh mục các nội dung phòng vấn bán cấu trúc dành cho những nhà bán buôn, được sử dụng trong nghiên cứu chuỗi giá trị xoài ở miền Đông In-đô-nê-si-a

Người bán buôn/ Các thương lái liên đảo	
1. Thông tin chung	<ul style="list-style-type: none"> • Địa điểm/ địa chỉ/ thông tin liên lạc • Các loại hoa quả buôn bán • Số năm kinh nghiệm trong ngành buôn bán xoài
2. Kinh doanh xoài tươi	<ul style="list-style-type: none"> • Số tấn xoài tươi bán trên một năm • Phân phối lượng hàng bán trong năm • Các kênh thị trường khác nhau và sự quan trọng tương đối của chúng • Xu hướng tăng trưởng của các kênh/ phân khúc thị trường khác nhau • Thử thách và chiến lược tăng doanh số bán xoài
3. Giống	<ul style="list-style-type: none"> • Các giống đã bán • Đánh giá tự các loại giống dựa trên doanh số bán hàng và các lý do • Các kênh thị trường khác nhau, và các phân khúc khách hàng khác nhau thì tiêu thụ các loại giống xoài khác nhau nào • Các thay đổi chính trong các loại giống xoài trong 3 năm vừa qua, lý do thay đổi • Đánh giá các giống khác nhau dựa trên hiệu suất nông học, tính mùa vụ, mẫu mã, chất lượng khi ăn, nhu cầu người tiêu dùng, tiềm năng xuất khẩu và giá cả thị trường
4. Khu vực cung cấp	<ul style="list-style-type: none"> • Đánh giá tầm quan trọng tương đối của các vùng sản xuất (các tỉnh/ huyện) khác nhau và đưa ra lý do • Sự khác nhau giữa các vùng sản xuất dựa vào giống và chất lượng • Thay đổi về sự quan trọng của các vùng sản xuất khác nhau và lý do thay đổi
5. Các mối liên kết với các nhà cung cấp	<ul style="list-style-type: none"> • Loại và thông tin về nhà cung cấp và tầm quan trọng • Các dịch vụ mà thương lái cung cấp cho các nhà cung cấp (vd: ứng tiền) • Dòng chảy thông tin từ thương lái tới nhà cung cấp và ngược lại • Điều kiện thu mua được thương lái đưa ra (về giống, chất lượng, giá cả, thủ tục thanh toán v.v.) • Thương lái có kí hợp đồng mua bán với người cung cấp hay không? Nếu có thì điều khoản của hợp đồng là gì? Nếu không thì bên thương lái điều phối với bên cung cấp như thế nào? Quá trình thương lượng diễn ra như thế nào? • Điểm mạnh và điểm yếu của mối quan hệ với nhà cung cấp • Chiến lược của thương lái nhằm giải quyết các điểm yếu trong mối quan hệ với bên cung cấp như thế nào

Hộp 4: Ví dụ về danh mục các nội dung phỏng vấn bán cấu trúc dành cho những nhà bán buôn, được sử dụng trong nghiên cứu chuỗi giá trị xoài ở miền Đông In-đô-nê-si-a	
Người bán buôn/ Các thương lái liên đảo	
6. Các mối liên kết với người bán	<ul style="list-style-type: none"> • Người bán chính: địa điểm, tình trạng pháp lý và quy mô • Những thay đổi trong hồ sơ người bán trong ba năm trở lại đây và lý do • Các dịch vụ mà người mua nhận được (vd: lời khuyên, thông tin thị trường) • Dòng thông tin từ thương lái tới người mua và ngược lại • Các điều kiện được người mua đưa ra (chất lượng, số lượng, thời gian giao hàng, giá cả, thủ tục thanh toán, v.v.) • Thương lái có kí hợp đồng mua bán với người mua hay không? Nếu có thì điều khoản của hợp đồng là gì? Nếu không thì bên thương lái điều phối với người mua như thế nào? Quá trình thương lượng giao dịch diễn ra như thế nào? • Điểm mạnh và điểm yếu của mối quan hệ với người mua • Chiến lược của thương lái nhằm giải quyết các điểm yếu trong mối quan hệ với người mua như thế nào
7. Hệ thống quản lý chất lượng	<ul style="list-style-type: none"> • Phân loại chất lượng và tiêu chuẩn do thương lái và người mua đặt ra • Hệ thống quản lý chất lượng do thương lái, nhà cung cấp thượng nguồn và người mua hạ nguồn đặt ra • Hệ thống điều phối để đảm bảo rằng các phân loại chất lượng và tiêu chuẩn được đáp ứng • Quy định hình phạt cho nhà cung cấp và thương lái nếu không tuân thủ • Điểm mạnh và điểm yếu của hệ thống quản lý chất lượng • Các tổn thất về số lượng và chất lượng thường gặp của sản phẩm
8. Nguồn thông tin thị trường	<ul style="list-style-type: none"> • Đánh giá của thương lái về quá trình tiếp cận thông tin về thị trường xoài • Các nguồn thông tin chính về thị trường xoài • Đánh giá các nguồn thông tin thị trường khác nhau (tính thường xuyên, loại thông tin và mức độ tin cậy của thông tin) • Các hạn chế trong các quy trình trao đổi thông tin thị trường
9. Giới	<ul style="list-style-type: none"> • Giới tính đặc trưng của người bán buôn/ thương lái • Giới tính của bên cung cấp • Giới tính của người mua
10. Giá cả	<ul style="list-style-type: none"> • Xu hướng giá đối với các giống xoài khác nhau (từ 3-5 năm trở lại đây) và lý giải xu hướng • Người mua khác nhau có trả giá khác nhau nhiều không? • Giá theo mùa vụ trong nội địa In-đô-nê-si-a • Giá xoài mua vào và bán ra (cho các giống khác nhau, chất lượng khác nhau)

Hộp 4: Ví dụ về danh mục các nội dung phỏng vấn bán cấu trúc dành cho những nhà bán buôn, được sử dụng trong nghiên cứu chuỗi giá trị xoài ở miền Đông In-đô-nê-si-a	
Người bán buôn/ Các thương lái liên đảo	
11. Chi phí	<ul style="list-style-type: none"> • Chi phí chính của người bán buôn (chi phí cố định và chi phí thay đổi) • Chi phí trên một đầu tấn
12. Môi trường kinh doanh	<ul style="list-style-type: none"> • Đánh giá về chính sách và môi trường pháp lý tại In-đô-nê-si-a • Đánh giá của người bán buôn về cơ sở hạ tầng • Đánh giá của người bán buôn về các yếu tố quan trọng khác của môi trường kinh doanh
13. Trở ngại, cơ hội và can thiệp (tổng kết)	<ul style="list-style-type: none"> • Cơ hội chính để phát triển ngành kinh doanh xoài • Các rào cản khi phát triển và tiếp cận các cơ hội trên • Chiến lược phát triển và tiếp cận các cơ hội trên • Thử thách và trở ngại chính • Cần làm gì để giải quyết các khó khăn và trở ngại trên? • Các thay đổi hay can thiệp chính để phát triển ngành xoài? Cái gì cần thay đổi? Cần có những sáng kiến gì? • Khuyến nghị các can thiệp từ dự án và từ Chính, hướng tới phát triển chuỗi giá trị xoài • Những người bán buôn có muốn hợp tác với dự án phát triển để giúp can thiệp cải thiện chuỗi giá trị xoài không?

Nguồn: Wandschneider và đồng tác giả., 2013⁵

Phỏng vấn bán cấu trúc các tác nhân cung cấp thông tin chủ chốt (Tiếp)

Lưu ý rằng, danh mục các nội dung phỏng vấn và các cuộc phỏng vấn các tác nhân tham gia thị trường là cơ hội để thu thập thông tin có giá trị về các tác nhân khác nhau của chuỗi và các doanh nghiệp cũng như chuỗi giá trị một cách tổng quát hơn. Điều này cho phép nhóm nghiên cứu thấu hiểu một cách toàn diện và sâu sắc về chuỗi giá trị mặc dù chỉ khảo sát trên lượng mẫu nhỏ. Tuy nhiên, cần lưu ý rằng kết quả thu được có thể không mang tính chất đại diện.

Trong quá trình nghiên cứu thực địa, danh mục các nội dung khảo sát có thể được kiểm tra và được điều chỉnh cho phù hợp bằng cách bỏ đi những câu hỏi không liên quan và thêm vào các câu hỏi về các vấn đề cần thiết hơn cho điều tra sau này.

Dù không có quy luật khắt khe về trình tự phỏng vấn, nhưng việc hướng tới các đối tượng nắm bắt được thông tin khái quát và hệ

5. T. Wandschneider, I. Baker, và R. Natawidjaja, Báo cáo cuối cùng: 'Cơ hội Phát triển Kinh doanh Nông nghiệp ở miền Đông Indonesia – Chuỗi Giá Trị Sản Phẩm Xoài' (AGB-2012-006), Trung tâm Nghiên cứu Nông nghiệp Quốc tế Úc, 2013, [https://eiado.aciar.gov.au/sites/default/files/Wandschneider\(2013\)EasternIndonesiaAgribusinessDevelopmentOpportunitiesAnalysisMangoValueChains_ACIAR.pdf](https://eiado.aciar.gov.au/sites/default/files/Wandschneider(2013)EasternIndonesiaAgribusinessDevelopmentOpportunitiesAnalysisMangoValueChains_ACIAR.pdf).

Phòng vấn bán cấu trúc các tác nhân cung cấp thông tin chủ chốt (Tiếp)

thống, trước tiên thường là chiến lược khảo sát đúng đắn trong nghiên cứu. Những đối tượng này có thể bao gồm các học giả có kiến thức và nhìn nhận sâu sắc về các vấn đề liên quan, các giám đốc bộ phận mua sắm của các chuỗi siêu thị lớn, nhà bán buôn trong các trung tâm phân phối và tiêu thụ lớn, và nhà chế biến và xuất khẩu lớn.

Trong các bối cảnh nghiên cứu không xác định vùng địa lý cụ thể, một lựa chọn phổ biến là ghé thăm các thị trường đầu tiêu thụ chính, trước khi đến các thị trường ở gần đầu sản xuất (thượng nguồn) khác. Đối với các nghiên cứu có khoanh vùng địa lý cụ thể, các nhà nghiên cứu có thể bắt đầu nghiên cứu tại các địa điểm đã được lựa chọn, sau đó mới đi đến các điểm tiêu thụ (hạ nguồn) của chuỗi. Trong những trường hợp ấy, cần đảm bảo mẫu điều tra phải bao gồm cả các tác nhân thuộc các vùng sản xuất cạnh tranh khác để có được góc nhìn rộng, bao quát toàn bộ hệ thống.

Tạo thiện cảm, giao tiếp rõ ràng và xây dựng niềm tin với các đối tượng cung cấp thông tin chính là yếu tố cần thiết cho sự thành công của các cuộc phỏng vấn bán cấu trúc. Chúng ta cần sự đồng thuận của người tham gia phỏng vấn bằng biên bản hoặc lời nói.

Cán bộ phỏng vấn nên giữ thái độ thân thiện và thoải mái. Khi phỏng vấn, cần phải làm cho người cung cấp thông tin cảm thấy rằng họ là những chuyên gia. Các câu hỏi đưa ra phải đơn giản và đi thẳng vào vấn đề. Việc diễn giải lại những thông tin của người được phỏng vấn là cách hay để đảm bảo rằng cán bộ nghiên cứu hiểu rõ về thông tin thu nhận được. Những câu hỏi nhạy cảm cần để lại sau cùng và chỉ hỏi người được phỏng vấn về số điện thoại và địa chỉ email để liên hệ vào cuối buổi phỏng vấn.

Giới tính, thâm niên hoặc năng lực về kĩ thuật của cán bộ phỏng vấn có thể ảnh hưởng đến thái độ của người được phỏng vấn và chất lượng thông tin từ họ. Khi lập nhóm các cán bộ phỏng vấn cần cân nhắc những yếu tố này.

Thu thập số liệu thực địa cùng nông dân trồng lúa tại Trung Lào.
Ảnh: ACIAR/Massimo Munnichi



Thảo luận nhóm

Thảo luận nhóm có thể được định nghĩa là một cuộc phỏng vấn nhóm chuyên sâu với một nhóm người tương đối đồng nhất với nhau giúp cung cấp thông tin xung quanh các chủ đề được người chủ trì thảo luận đưa ra.

Phương pháp thảo luận nhóm thường được áp dụng để thu thập thông tin từ nông dân hoặc người tiêu dùng nhằm xác định các vấn đề chính. Đồng thời chúng cũng giúp cán bộ nghiên cứu thiết kế câu hỏi cho phỏng vấn chuyên sâu và bảng câu hỏi khảo sát có cấu trúc hoặc nghiên cứu thử trước khi tiến hành nghiên cứu chính thức về thị trường. Tuy nhiên, trong bối cảnh nghiên cứu chuỗi giá trị, thảo luận nhóm tập trung có thể được sử dụng rộng rãi hơn. Ví dụ, một buổi thảo luận nhóm tập trung với các cán bộ khuyến nông ở một khu vực cụ thể hoặc ở những địa điểm khác nhau có thể là lựa chọn tốt hơn là tổ chức phỏng vấn bán cấu trúc riêng lẻ với từng người. Tương tự như vậy, những đại lý buôn bán vật tư đầu vào nông nghiệp có thể được phỏng vấn riêng và cũng có thể được tập hợp theo nhóm để chia sẻ về chuỗi đầu vào và việc ứng dụng công nghệ.

Chúng ta nên đưa ra các chỉ tiêu lựa chọn những đối tượng cung cấp thông tin dựa theo giới tính và các đặc điểm kinh tế xã hội vì nếu không thì quan hệ thứ bậc trong xã hội và quyền lực có thể sẽ ảnh hưởng tới sự tham gia của đối tượng cung cấp thông tin. Ví dụ, phụ nữ có thể cảm thấy không thoải mái tham gia khi có sự hiện diện của đàn ông, họ không muốn phản bác ý kiến của nam giới ở nơi đông người, hoặc có xu hướng để đàn ông dẫn dắt trong cuộc thảo luận nhóm. Do đó, nên tổ chức họp nhóm phân chia theo giới tính. Đồng thời, phụ nữ và đàn ông có những vai trò, cơ hội và mạng lưới kết nối xã hội khác nhau trong chuỗi giá trị. Trong buổi thảo luận nhóm có cả hai giới, những khác biệt về giới này thường bị bỏ qua.

Nhìn chung, có thể sẽ hợp lý khi tổ chức thảo luận nhóm riêng rẽ với nhóm yếu thế về mặt kinh tế và xã hội (như người nghèo và dân tộc ít người hoặc nhóm tôn giáo thiểu số), để xác định các thách thức và hạn chế của họ trong chuỗi giá trị. Phương diện quyền lực cũng có thể ảnh hưởng đến việc thu thập dữ liệu, khi các nhà quản lý và thành viên của hợp tác xã, cán bộ địa phương và nông dân hoặc nhân viên dự án và bên thụ hưởng dự án cùng tham gia vào buổi thảo luận nhóm. Trong một số trường hợp, tuổi tác cũng là một yếu tố khác có thể cần được xem xét, đặc biệt trong tình huống khi thâm niên có ảnh hưởng tới quyền lực, và/hoặc dự án có mục tiêu cụ thể hướng đến các nhóm tuổi cụ thể, ví dụ như các tác nhân nam hoặc nữ trẻ tuổi.

Mặc dù, phân chia nhóm phỏng vấn riêng biệt dành cho đối tượng phụ nữ và nam giới là lựa chọn đúng đắn, trong một số trường hợp lại không khả thi. Khi đó, việc cần làm là phải linh hoạt bằng cách gộp chung đối tượng phụ nữ và nam giới trong phần thảo luận chung nhưng sau đó thì tách họ ra thành hai nhóm nam nữ riêng biệt để thảo luận về một số chủ đề riêng. Hợp 5 đưa ra ví dụ về các hoạt động thu thập thông tin trong buổi thảo luận nhóm về việc trồng sắn. Một số phần được cả nông dân nam và nữ tham gia thảo luận cùng nhau và một số phần khác khác được thực hiện riêng rẽ theo giới.

Hộp 5: Các hoạt động thu thập thông tin thông qua thảo luận nhóm

Thảo luận nhóm được thực hiện với những nhóm nông dân trong một số cộng đồng ở mỗi địa điểm. Thảo luận nhóm được tổ chức bởi một nhóm cán bộ hỗ trợ thảo luận và nhóm báo cáo viên, bao gồm chín hoạt động thu thập thông tin chủ yếu là:

- **Hoạt động 1** *Thông tin chung của bản làng* - thu thập thông tin kinh tế xã hội và nông học, về bản làng và thông tin chung của bất kỳ nhóm nông dân nào sinh sống trong vùng. **Tất cả tham gia cùng nhau**
- **Hoạt động 2** *Các hoạt động liên quan tới sinh kế* - thu thập thông tin trong hoạt động nông nghiệp, thu nhập phi nông nghiệp, hoạt động phi nông nghiệp và tiền được người thân đi làm xa gửi về. **Chia thành các nhóm nam và nữ**
- **Hoạt động 3** *Lịch sử sản xuất sẵn của làng* - thu thập thông tin những sự kiện chính trong làng. **Tất cả tham gia cùng nhau**
- **Hoạt động 4** *Lịch mùa vụ* - thu thập thông tin theo từng tháng trong hoạt động sản xuất và chăn nuôi. **Tất cả tham gia cùng nhau**
- **Hoạt động 5** *Chi phí sản xuất sẵn* - thu thập thông tin về chi phí làm đất, giống, hệ thống giống, quản lý độ màu mỡ, làm cỏ và hoạt động sau thu hoạch cũng như thông tin về trồng xen canh, năng suất sản lượng sẵn và giá cả của sẵn củ và sẵn cắt lát. **Tất cả tham gia cùng nhau**
- **Hoạt động 6** *Mục đích sử dụng của sẵn và chuỗi giá trị* - thu thập thông tin về việc sử dụng sẵn, ai là người đưa ra quyết định về việc bán sẵn, sẵn được bán đi đâu và cho ai, quan hệ hợp đồng với người mua là gì. **Tất cả tham gia cùng nhau**
- **Hoạt động 7** *Xếp hạng mức độ quan trọng của các hoạt động* - thu thập thông tin về mức độ quan trọng tương đối của các hoạt động liên quan đến an ninh lương thực của hộ gia đình, thu nhập tiền mặt và sử dụng lao động. **Chia thành các nhóm nam và nữ**
- **Hoạt động 8** *Vấn đề và trở ngại* - thu thập thông tin về các trở ngại hoặc vấn đề chủ yếu trong việc sản xuất sẵn, bao gồm khâu tiếp cận tư liệu sản xuất, lao động sẵn có, độ màu mỡ của đất, mức độ xói mòn đất, sâu bệnh và tiếp cận tín dụng. **Chia thành các nhóm nam và nữ**
- **Hoạt động 9** *Các can thiệp tiềm năng và xếp hạng* - thu thập thông tin về lựa chọn của người nông dân về các hoạt động can thiệp tiềm năng nhằm cải thiện sản xuất sẵn bền vững. **Chia thành các nhóm nam và nữ**

Nguồn⁶

6. Danh mục nội dung chính của Thảo luận Nhóm cho các hoạt động chuỗi giá trị sản phẩm sẵn cho dự án, 'Phát triển hệ thống sản xuất và tiếp thị sản phẩm sẵn để cải thiện cuộc sống của hộ gia đình nhỏ ở Campuchia và Cộng hòa dân chủ nhân dân Lào', *Tài liệu Thảo luận Chương trình Sẵn*, ASEM/2014/053, https://www.researchgate.net/publication/329583684_Value_Chain_Analysis_Household_Survey_and_Agronomic_Trial_Results_Lao_PDR

Thảo luận nhóm (Tiếp)

Trong những cuộc phỏng vấn tác nhân theo bàn câu hỏi bán cấu trúc, cán bộ nghiên cứu hoặc người phỏng vấn sẽ dẫn dắt cuộc thảo luận không chính thức dựa trên danh sách các câu hỏi chính được chuẩn bị trước. Vì trong thảo luận nhóm có nhiều người tham gia hơn so với phỏng vấn cá nhân, nên những người phỏng vấn sẽ cần đóng vai trò hỗ trợ và điều hành sát sao hơn.

Cán bộ nghiên cứu hoặc người đi phỏng vấn sẽ có thể gặp những khó khăn cần phải xử lý khi thực hiện thảo luận nhóm như sau:

- **Tính áp đảo trong nhóm.** Thường sẽ có một số cá nhân nào đó có xu thế áp đảo trong thảo luận nhóm do tính cách, quyền lực, địa vị của họ hoặc những lý do khác.
- **Tư duy theo nhóm.** Người tham gia có thể kiểm chế không bày tỏ quan điểm khác vì sợ bị trừng phạt hoặc phá vỡ quan hệ trong cộng đồng. Do đó, những quan điểm được nhất trí trong nhóm có thể không phản ánh chính xác kiến thức, kinh nghiệm và quan điểm của tất cả cá nhân trong nhóm.
- **Những sai lệch do thành kiến xã hội.** Mọi người thường tránh bộc lộ những hành vi, thói quen và quan điểm không được xã hội chấp nhận hoặc chống đối. Ví dụ, khi hỏi một nhóm nông dân nam và nữ về sự phân chia lao động theo giới tính, nếu cán bộ nghiên cứu không hỏi khéo léo, thì người tham gia có thể có xu hướng trả lời rằng cả đàn ông và phụ nữ đều chia sẻ công việc ngang bằng nhau và đàn ông hỗ trợ rất nhiều cho đối tượng phụ nữ. Điều này có thể không phản ánh đúng sự thật trên thực tế.

Một người điều hành tốt sẽ nhận thức được các rủi ro này, chú ý đến yếu tố động lực nhóm và tìm cách làm cho buổi thảo luận trở nên cởi mở và khuyến khích các thành viên tham gia trao đổi một cách trung thực thẳng thắn. Người này cần có khả năng tận dụng khai thác thông tin từ những cá nhân biết rõ và có kiến thức rộng, vì họ sẽ cung cấp thông tin về cấu trúc chuỗi giá trị, các thực hành, quy tắc và các mối quan hệ trong quá trình thảo luận.

Cần nói rõ mục đích nghiên cứu cho tất cả đối tượng tham gia ngay từ đầu. Tuy vậy, cần khéo léo khi nói về lợi ích của dự án cho các đối tượng tham gia, vì điều này có thể chi phối các câu trả lời của họ. Một không khí thảo luận thư giãn, không theo nghi thức gò bó sẽ khiến người tham gia cảm thấy thoải mái và tham gia vào cuộc trao đổi một cách cởi mở và sôi nổi. Công nhận và trân trọng những ý kiến đóng góp khác nhau, thậm chí là nằm ngoài nội dung thảo luận ban đầu, mời những cá nhân im lặng đưa ra ý kiến, hoặc yêu cầu cả nhóm đưa ra nhận xét về thông tin hoặc quan điểm từ thành viên áp đảo, cũng sẽ khuyến khích sự tham gia và giảm thiểu sự sai lệch trong các câu trả lời.

Khi xác định số lượng buổi thảo luận nhóm cần cân nhắc về phạm vi địa lý của nghiên cứu và tính không đồng nhất về hệ thống sản xuất và các hệ thống thị trường. Đối tượng tham gia cần được lựa chọn dựa

Thảo luận nhóm

(Tiếp)

trên khả năng và năng lực cung cấp thông tin liên quan. Khoảng tám người tham gia một nhóm thảo luận là phù hợp, đảm bảo cho việc cung cấp những quan điểm và thông tin một cách đa dạng. Nhóm lớn hơn có thể khó đảm bảo cho tất cả những người tham gia có thể đóng góp ý kiến một cách hoàn chỉnh trong cuộc thảo luận.

Thời lượng của thảo luận nhóm sẽ rất khác nhau, phụ thuộc vào vấn đề cần nghiên cứu và độ phức tạp của vấn đề nhưng không nên vượt quá hai hoặc hai tiếng rưỡi. Sau một thời gian, chất lượng dữ liệu và thông tin sẽ bắt đầu giảm đi do người điều hành và đối tượng tham gia cảm thấy mệt mỏi. Quan trọng là phải sắp xếp thời gian và địa điểm phòng vấn nhóm sao cho tiện lợi cho cả đối tượng nam và nữ tham gia bởi họ thường có các công việc khác nhau trong ngày.

Quan sát thực địa

Quan sát trực tiếp tại thực địa là một phương pháp thu thập và đánh giá dữ liệu dựa trên những gì quan sát được. Nó tạo cơ hội ghi chép lại hoạt động, ứng xử và tài sản hiện hữu thông qua quan sát trực tiếp mà không cần người được hỏi có sẵn sàng hoặc có khả năng trả lời câu hỏi hay không.

Các kĩ thuật quan sát trực tiếp thường được sử dụng khi nhóm nghiên cứu tiến hành phỏng vấn trên thực địa với những tác nhân thị trường và nó đem lại nhiều thông tin hữu ích. Ví dụ, khi đi thăm cửa hàng bán vật tư đầu vào, cán bộ nghiên cứu có thể thị sát được các chủng loại và chất lượng của các loại vật tư đầu vào nông nghiệp hiện có của cửa hàng.

Thảo luận nhóm cùng nông dân tại
Đồng Hới, Quảng Bình, Việt Nam.
Ảnh: ©2015CIAT/Georgina Smith



Phương pháp quan sát thực địa các lát cắt nông nghiệp (Village transect walks) của làng xã có thể được áp dụng để cán bộ nghiên cứu hiểu rõ hơn về hệ thống nông nghiệp từ phương diện sản xuất. Ví dụ, thăm nông trại giúp chúng ta thấy cây trồng và sự lựa chọn về giống, các thực hành quản lý trang trại và sau thu hoạch cũng như sự phân chia công việc theo giới tính.

Ví dụ, một cuộc hẹn tại cơ sở chế biến sẽ giúp các cán bộ nghiên cứu thấy được mức độ hoạt động, lựa chọn công nghệ hoặc năng lực và việc sử dụng cơ sở hạ tầng kho bãi. Chợ cũng là nơi cung cấp nhiều thông tin qua các hình ảnh quan sát được, từ số lượng các tác nhân buôn bán đến chất lượng sản phẩm, sản lượng hàng hóa mua bán và các loại phương tiện vận tải được sử dụng. Tương tự, các đánh giá bằng phương pháp “đi theo chuỗi giá trị” có thể cung cấp thông tin tổng quan về chức năng chung và loại hình của một chuỗi giá trị cụ thể.

Trong những nghiên cứu chuỗi giá trị, quan sát trực tiếp cần được coi là phương pháp bổ trợ cho các phương pháp thu thập thông tin sơ cấp khác, chứ không thể thay thế hoàn toàn. Những kết quả thu được từ quan sát có thể được sử dụng để cung cấp hoặc bổ sung thông tin cho phỏng vấn cá nhân và thảo luận nhóm. Cán bộ nghiên cứu cũng có thể dùng kết quả từ quan sát để kiểm tra chéo với thông tin do những người được phỏng vấn chia sẻ; ví dụ như về giống mà các tác nhân trồng, quy mô vận hành hoặc chất lượng sản phẩm do họ sản xuất, vì thế sẽ là phương pháp xác minh dữ liệu rất hữu ích.

Quan sát trực tiếp và phỏng vấn
nhẹ nhàng người bán rau lẻ tại các chợ
ven đường ở Mandalay, Miến Điện.
Ảnh: Helvetas/Ngọc Anh



Phòng vấn có cấu trúc

Phòng vấn có cấu trúc là phương pháp định lượng chính trong nghiên cứu chuỗi giá trị. Chúng thường được sử dụng để thu thập dữ liệu và thông tin từ lượng mẫu lớn gồm các tác nhân hoặc nhóm tác nhân của chuỗi.

Một bảng câu hỏi hoặc phòng vấn có cấu trúc bao gồm các câu hỏi được xác định trước và theo trình tự nhất định. Các câu hỏi dạng đóng, trực tiếp là dạng câu hỏi phổ biến nhất; tuy nhiên, những câu hỏi mở cũng có thể cũng được sử dụng.

Mục đích, nguồn lực và bối cảnh của nghiên cứu có thể giúp đưa ra quyết định về việc sử dụng khảo sát có cấu trúc. Ví dụ, một vài nhà phân tích có thể cần phải tìm hiểu thêm về các đặc tính hoặc khác biệt mang tính định lượng tồn tại trong hoặc giữa các nhóm tác nhân, các công đoạn, các kênh thị trường hoặc khu vực địa lý. Phương pháp này áp dụng đối với nghiên cứu lượng mẫu lớn và có độ sai khác đáng kể giữa một nhóm tác nhân nhất định như nông dân, thương nhân và người tiêu dùng.

Một vài câu hỏi cần được cân nhắc khi lên kế hoạch và triển khai khảo sát có cấu trúc, bao gồm:

- Tại sao khảo sát có cấu trúc lại cần thiết?
- Dữ liệu và thông tin định lượng chính nào cần được thu thập?
- Có cần phải phân tầng cho các tác nhân được điều tra thành nhiều phân nhóm khác nhau không?
- Độ lớn của mẫu là bao nhiêu?
- Xác định và lựa chọn tác nhân được khảo sát như thế nào?
- Phụ nữ và nam giới sẽ được lựa chọn đại diện như thế nào, ở đâu?
- Ai sẽ triển khai các khảo sát? Họ sẽ được tập huấn như thế nào?
- Những hoạt động nào cần được phải thông báo và phải khảo sát thử nghiệm trước?
- Dữ liệu sẽ được thu thập như thế nào, ví dụ như ghi chép ra giấy hay dùng các thiết bị đi động?
- Dữ liệu sẽ được quản lý và phân tích như thế nào?
- Thời gian và nguồn lực nào hiện có để thực hiện khảo sát?

Khảo sát có cấu trúc có thể thu thập nhiều thông tin cụ thể về hộ gia đình hoặc tài sản doanh nghiệp sở hữu, thu nhập, chi tiêu và phân bổ lao động, nhân khẩu, vai trò giới tính và thực hành sản xuất, hoạt động và



Ghi chép lại số liệu về sản xuất rau an toàn tại huyện Mộc Châu, miền Bắc Việt Nam.
Ảnh: ACIAR/Vietnam

Phòng vấn có cấu trúc

(Tiếp)

dữ liệu sản xuất. Thông tin về sự tiếp cận của phụ nữ và nam giới về tài chính và thông tin, kiến thức và kỹ năng, các ứng xử, kinh nghiệm, nhận thức và nguyện vọng cũng có thể được thu thập.

Số lượng người được khảo sát, hoặc quy mô mẫu đóng vai trò quan trọng để đảm bảo rằng dữ liệu và kết quả có ý nghĩa về mặt thống kê. Việc thực hiện khảo sát với số lượng nhỏ những người tham gia, (quy mô mẫu nhỏ) thường không phù hợp và có thể dẫn đến những kết luận sai lầm. Ví dụ, nếu chỉ khảo sát từ năm đến mười người thì khi tính toán tỉ lệ phần trăm hay số trung bình sẽ bị sai lệch.

Quan trọng là phải đảm bảo mẫu điều tra là tác nhân mục tiêu để thông tin thu được đủ lớn, có ý nghĩa về mặt thống kê. Theo quy tắc cơ bản, lượng mẫu gồm khoảng ba mươi người tham gia, hoặc ba mươi điểm dữ liệu thường được coi là đủ để có thể cho kết quả phân tích có ý nghĩa về mặt thống kê. Tuy nhiên, điều này sẽ tùy thuộc vào nhiều yếu tố, ví dụ như quy mô hoặc mức độ khác nhau của toàn bộ đối tượng

Hộp 6: Ví dụ về các chiến lược lấy mẫu cho khảo sát chuỗi giá trị

Trong các nghiên cứu chuỗi giá trị sản được thực hiện bởi các cán bộ nghiên cứu từ Đại học Queensland, Úc cùng với đối tác ở Việt Nam, Lào, Campuchia và In-đô-nê-si-a, chiến lược chọn mẫu đã được thiết kế để phục vụ phân tích thống kê bằng một loạt các hình thức phân tầng khác nhau.

Trong mỗi quận thuộc dự án, hai xã/thị trấn đã được chọn làm địa điểm nghiên cứu. Trong mỗi địa điểm, hai bản làng được lựa chọn để thực hiện hoạt động khảo sát. Những bản làng được chọn dựa trên các tiêu chí chi tiết, tuy nhiên tiêu chí chủ yếu là vị trí của nó đối với xã/thị trấn. Trong mỗi xã/thị trấn, một bản làng được chọn sẽ có vị trí nằm gần với trung tâm xã/thị trấn và một bản làng được chọn nằm ở vị trí cách xa trung tâm.

Trong mỗi khu vực, tổng số ba mươi hai hộ gia đình được lựa chọn ngẫu nhiên từ danh sách những hộ trong vùng. Việc này hỗ trợ thực hiện phân tích thống kê mô tả về dữ liệu kinh tế xã hội, nông học, sản xuất và nhận thức của người nông dân ở cấp độ làng bản.

Phân tích chuỗi giá trị nuôi trồng thủy sản đầu tiên ở Myanmar được thực hiện bởi Belton và cộng sự (2017). Để thu thập thông tin nền cho nghiên cứu, cán bộ nghiên cứu đã đánh giá tổng hợp các thông tin từ các nguồn thứ cấp, phân tích, thiết bị viễn thám và lập ra bản đồ địa lý để định vị những cụm ao nuôi trồng thủy sản. Sau đó, nhóm nghiên cứu điều tra nhanh về đối tượng cung cấp thông tin chủ chốt. Tiếp đó, tổng cộng 251 cuộc phỏng vấn với các tác nhân chuỗi giá trị ở đầu thượng nguồn sản xuất (upstream), trung nguồn (mid-stream) và hạ nguồn (downstream) đã được thực hiện ở 4 điểm nghiên cứu. Một lượng mẫu lớn hơn đã được thu thập đối với các tác nhân chính nhằm phục vụ phân tích thống kê như sau: hơn 50 tác nhân ương và cung cấp cá giống, và người buôn bán thức ăn cho cá ở thượng nguồn; 87 nông dân nuôi cá trung nguồn; và 35 thương lái buôn cá hạ nguồn.

Nguồn: Belton và các cộng sự., (2017)⁷

7. B. Belton, M. Filipski, và C. Hu, *Nuôi trồng thủy sản ở Myanmar: Công nghệ nông trại cá, quản lý và kinh tế sản xuất*. Tài liệu nghiên cứu 52. Dự án chính sách an ninh thực phẩm (FSPP), 2017, <http://ebrary.ifpri.org/utills/getfile/collection/p15738coll2/id/132424/file/132632.pdf>

nghiên cứu. Để giảm thiểu sự sai lệch thông tin do chọn mẫu, đối tượng khảo sát cũng cần được chọn lựa ngẫu nhiên hoặc bán ngẫu nhiên.

Phân nhóm chọn mẫu có thể dựa vào những đặc trưng được xác định trước của nhóm tác nhân, ví dụ như trên cơ sở thu nhập hộ gia đình, dân tộc, khoảng cách với thị trường, quy mô sản xuất hoặc kênh thị trường. Điều quan trọng nữa là tỉ lệ nam và nữ trong thiết kế chọn mẫu phải đồng đều, và dữ liệu thu được có thể được phân chia theo giới tính. Điều này giúp các phân nhóm quan trọng sẽ có đủ đại diện trong quá trình thu thập dữ liệu và cho phép thực hiện phân tích mô tả cơ bản.

Cách thiết kế và nội dung của khảo sát cấu trúc cần dựa vào thông tin thu thập được từ nghiên cứu tổng quan tài liệu thứ cấp, lập sơ đồ chuỗi giá trị, phỏng vấn đối tượng cung cấp thông tin chính, và thảo luận nhóm với những nhóm tác nhân khác nhau.

Dữ liệu khảo sát có cấu trúc thường được phân tích bằng cách sử dụng phương pháp thống kê mô tả định lượng đơn giản. Các kết quả từ phân tích này sẽ cung cấp cho chúng ta các minh chứng mang tính định lượng, mô tả chi tiết về các câu hỏi là gì và ở đâu, bao nhiêu, nhưng lại thiếu các thông tin sâu hơn để trả lời các câu hỏi như tại sao hoặc như thế nào. Do đó, kết quả từ khảo sát có cấu trúc cần được kết hợp với các kết quả sâu sắc hơn từ phương pháp định tính, ví dụ như phỏng vấn đối tượng cung cấp thông tin chủ chốt hoặc thảo luận nhóm tập trung.

Hộp 7: Thu thập dữ liệu bằng kỹ thuật số

Các phần mềm kỹ thuật số có thể được sử dụng để thu thập thông tin từ khảo sát có cấu trúc bằng cách trực tiếp nhập thông tin vào máy tính bằng hoặc điện thoại thông minh. Nếu được thực hiện đúng cách, việc thu thập dữ liệu số di động có thể cải thiện đáng kể về mặt chi phí, tốc độ và độ chính xác của quá trình xử lý và mô tả thông tin khảo sát. Các phần mềm thu thập dữ liệu phổ biến hiện nay như KoBo Toolbox Survey CTO, CommCare, Open Data Kit (ODK), and Taroworks.

Trang website chứa nguồn dữ liệu di động cung cấp thông tin hữu ích cho người dùng phần mềm để thu thập dữ liệu số, cùng những nghiên cứu tình huống và đánh giá mức độ hiệu quả, lợi ích và mục lưu ý sử dụng của các phần mềm khác nhau.

Nguồn: Trung tâm Nghiên cứu Nông nghiệp Quốc tế Úc⁸

8. Trung tâm Nghiên cứu Nông nghiệp Quốc tế Úc, *Dữ liệu thu thập qua Di động*, <https://co-lab.aciar.gov.au/mad/>

Xác Minh và Diễn Giải Dữ Liệu

Kiểm tra chéo (triangulation) là hình thức kiểm tra dữ liệu và thông tin từ nhiều nguồn để xác định sự nhất quán và sự đồng đều cũng như sự khác biệt và biến đổi của thông tin. Phương pháp kiểm tra chéo giúp đảm bảo rằng dữ liệu chuỗi giá trị là xác thực và được hiểu đúng, từ đó cho ra các kết quả nghiên cứu vừa chính xác vừa đáng tin cậy.

Kiểm tra chéo thực hiện hai chức năng quan trọng:

- Xác minh thông tin. Việc kiểm tra chéo có hệ thống các nguồn và phản hồi là hoạt động cần thiết để đánh giá độ xác thực của dữ liệu. Nó cho phép cán bộ nghiên cứu phân biệt được dữ liệu chính xác và không chính xác cũng như thông tin đáng tin cậy và không đáng tin cậy.
- Diễn giải dữ liệu. Kiểm tra chéo giúp nhà nghiên cứu mô tả được toàn bộ ý nghĩa của dữ liệu và thông tin thu thập được. Nó cho thấy nhiều góc nhìn và quan điểm khác nhau cũng như sự đồng đều và chênh lệch trong các cấu trúc, trong ứng xử, sở thích, kiểu mẫu và quy trình, từ đó giúp hiểu biết thực tế một cách sâu rộng hơn.

Có 2 hình thức kiểm tra chéo được cân nhắc trong hoạt động nghiên cứu chuỗi giá trị⁹:

- **Kiểm tra chéo bằng các phương pháp khác nhau** sử dụng tổng hợp các phương pháp để tìm hiểu về cùng một vấn đề hay một câu hỏi cần lời giải đáp. Việc này cho phép nhà nghiên cứu loại bỏ một số dữ liệu, xác minh hoặc bác bỏ một số diễn giải, thu thập thêm chứng cứ, tìm hiểu các phương diện khác nhau của cùng một vấn đề và xác định những vấn đề cần nghiên cứu thêm, bởi các dữ liệu hiện đang mâu thuẫn và không nhất quán.
- **Kiểm tra chéo qua các dữ liệu** so sánh những câu trả lời khác nhau cho cùng một câu hỏi cũng như quan điểm và góc nhìn cho cùng vấn đề. Phân tích như vậy sẽ phát hiện dữ liệu không nhất quán cũng như các điểm tương đồng và khác biệt giữa những cá nhân, hộ gia đình, doanh nghiệp và địa điểm khác nhau.

Một ví dụ về việc kiểm tra chéo qua các phương pháp thu thập thông tin khác nhau là hỏi các cơ sở chế biến những thông tin về hoạt động kinh doanh của họ bằng phỏng vấn bán cấu trúc, sau đó so sánh câu trả lời của họ với kết quả thu thập được từ việc quan sát trực tiếp trên thực địa. Một ví dụ khác là sử dụng dữ liệu thu thập được từ bảng câu hỏi và thảo luận với nhóm nông dân để hiểu rõ hơn về lựa chọn công nghệ và kênh thị trường (Ví dụ được trình bày trong hộp 8 dưới đây).

Một ví dụ khác khi sử dụng phương pháp kiểm tra chéo dữ liệu về phân chia lao động theo giới tính trong chuỗi giá trị. Cán bộ nghiên cứu có thể thu thập thông tin bằng cách tổ chức nhóm nam và nữ riêng để (1) thảo luận nhóm riêng, (2) phỏng vấn các tác nhân cung

9. N.K. Denzin, *Hoạt động nghiên cứu: Giới thiệu lý thuyết về các phương pháp xã hội học*. New Jersey, Nhà xuất bản Giao dịch, 1973.

cấp thông tin chính, hoặc (3) cả hai cách trên. Kiểm tra chéo thông tin theo vị trí và vùng miền hoặc dân tộc và thu nhập có thể phát hiện ra các kiểu mẫu về không gian và kinh tế xã hội quan trọng.

Quá trình hỏi các tác nhân thị trường ở công đoạn kế tiếp nhau trong chuỗi giá trị những câu hỏi tương tự nhau là một kĩ thuật kiểm tra chéo hữu hiệu. Nó còn được gọi là **phòng vấn thông qua phản ảnh**. Trong một lĩnh vực nào đó, người nông dân có thể phản ánh rằng người thu gom không trả giá khác nhau cho sản phẩm với chất lượng khác nhau, nhưng người thu mua đó có câu trả lời thế nào? Câu trả lời của bên bán và bên mua có nhất quán không? Và nếu không, làm cách để nhà nghiên cứu tìm ra sự thật? Phòng vấn thêm với người nông dân và bên thu mua có thể làm rõ vấn đề này.

Rõ ràng, việc kiểm tra chéo cần phải được sử dụng xuyên suốt quá trình nghiên cứu, từ lúc xác định các mẫu nghiên cứu, thiết kế các phương pháp và công cụ nghiên cứu để thu thập, phân tích và báo cáo dữ liệu. Ví dụ:

- Cần chọn lựa nhiều vị trí và thị trường khác nhau để có thể so sánh các quan điểm.
- Cần có các nhóm đối tượng cung cấp thông tin khác nhau cho nghiên cứu để phản ánh sự đa dạng của các tác nhân tham gia chuỗi.
- Danh mục các nội dung chính cần phòng vấn phải cho phép tiến hành kỹ thuật phòng vấn thông qua phản ảnh.
- Trong quá trình đi thực địa, nhà nghiên cứu sẽ cần hỏi một số câu hỏi chính đối với những người cung cấp thông tin khác nhau cho đến khi thu được những câu trả lời nhất quán.

Sau khi đi thực địa, cần tiếp tục tiến hành phân tích so sánh dữ liệu. Hoạt động này cần được thực hiện trong quá trình báo cáo kết quả và đưa ra kết luận nghiên cứu.

Hộp 8: Kiểm tra chéo thông qua các phương pháp và dữ liệu khác nhau trong một nghiên cứu về việc nhập khẩu xoài qua biên giới Trung Quốc và Việt Nam

Nhiều dữ liệu và thông tin giao thương được sử dụng trong một nghiên cứu gần đây về nhập khẩu sản phẩm xoài từ Việt Nam sang Trung Quốc¹⁰ đã đặt ra yêu cầu cần phải hiểu đúng về quy mô và sự phát triển của hoạt động giao thương cụ thể này.

Nhóm nghiên cứu bắt đầu bằng việc tìm hiểu dữ liệu hải quan chính thức của Trung Quốc qua truy cập vào trang web Trung tâm Thương mại Quốc tế¹¹.

10. H. Meiyang và đồng tác giả., 'Giao thương xuyên biên giới sản phẩm xoài giữa Trung Quốc và Việt Nam: Kết quả nghiên cứu từ báo cáo Yếu tố đánh giá nhanh thị trường', *Thách thức và cơ hội để đáp ứng yêu cầu thị trường xoài Trung Quốc (AGB/2016/07)*, tháng Mười 2019. http://apmangonet.org/wp-content/uploads/2019/10/8.5-MM-Cross-Border-Study_China.pdf

11. 'Số liệu thống kê giao thương quốc tế 2001-2020', Trung tâm Thương mại Quốc tế (ITC), <http://www.intracen.org/itc/market-info-tools/trade-statistics/>

Hộp 8: Kiểm tra chéo thông qua các phương pháp và dữ liệu khác nhau trong một nghiên cứu về việc nhập khẩu xoài qua biên giới Trung Quốc và Việt Nam (tiếp)

Theo dữ liệu hải quan Trung Quốc, hoạt động nhập khẩu xoài tươi và khô từ Việt Nam là không đáng kể hoặc không tồn tại. Điều này mâu thuẫn với thông tin thu được qua nghiên cứu thực tế rằng Trung Quốc nhập khẩu một lượng xoài khá lớn qua biên giới thuộc Quảng Tây. Lý do mâu thuẫn nằm ở bản chất của hoạt động giao thương: trái cây được nhập khẩu qua những kênh không chính thức. Hoạt động giao thương không chính thức qua biên giới được khi chép lại và công bố theo một cách khác, do đó được coi là hợp pháp, nhưng không được liệt kê chính thức trong số liệu thống kê của Trung Quốc.

Khi nhóm nghiên cứu tham khảo dữ liệu từ hải quan Việt Nam đã phát hiện ra một bức tranh hoàn toàn khác. Hoạt động xuất khẩu chính thức sản phẩm xoài sang Trung Quốc tăng theo cấp số nhân kể từ năm 2012, đạt gần 81,000 tấn trong năm 2016. Việt Nam đã vượt Pakistan để đứng ở vị trí thứ sáu những nước xuất khẩu lớn nhất thế giới vào năm đó.

Lượng xuất khẩu xoài từ Việt Nam sang Trung Quốc (tấn)

Nguồn	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017
Hải quan Trung Quốc	0	0	12	0	0	0	226
Hải quan Việt Nam	12	n.a.	37,898	63,709	37,088	80,670	n.a.

Trong quá trình phỏng vấn bán cấu trúc với các nhà nhập khẩu và bán buôn lớn tại Trung Quốc, nhóm nghiên cứu đã có thể khẳng định rằng, trước thời điểm năm 2013, hoạt động nhập khẩu xoài từ Việt Nam là không đáng kể. Những tác nhân cung cấp thông tin chủ chốt có nói thêm rằng lượng xoài từ Việt Nam tiếp tục tăng với tỉ lệ đáng kể từ năm 2017 và 2018. Dựa trên thông tin về số lượng “xe tải chở xoài” hàng ngày qua biên giới tỉnh Quảng Tây, lượng nhập khẩu từ Việt Nam đã vượt con số 135,000 tấn vào năm 2018.

Nguồn¹⁰

Chọn Mẫu và Thu Thập Thông Tin

Trong giai đoạn thiết kế, nhóm nghiên cứu sẽ cần phải xác định địa điểm nghiên cứu, phân loại các tác nhân cung cấp thông tin chủ chốt khác nhau và ước lượng số người cung cấp thông tin chính theo từng loại và theo điểm nghiên cứu. Quá trình này được gọi là chọn mẫu.

Phần này đưa ra các hướng dẫn cho hoạt động lên kế hoạch và thực hiện việc chọn mẫu cũng như thu thập thông tin trong khảo sát bán cấu trúc tác nhân cung cấp thông tin chủ chốt. Một số nội dung cơ bản này cũng được áp dụng cho khảo sát có cấu trúc.

Việc chọn mẫu cần phản ánh mục đích và trọng tâm của nghiên cứu, lượng thông tin yêu cầu và thời gian cũng như nguồn lực hiện có (xem ví dụ trình bày trong hộp 6).

Khi thiết kế khung chọn mẫu, cán bộ nghiên cứu cần trả lời ba câu hỏi dưới đây:

- **Nhóm mẫu:** Đối tượng nào cần được phỏng vấn? Tác nhân tham gia chuỗi giá trị thường là đối tượng chính để thu thập dữ liệu, tuy nhiên nhà cung cấp dịch vụ thương mại và những người theo dõi về chuỗi giá trị, có kiến thức cũng nên được cân nhắc để phỏng vấn. Cần đảm bảo rằng những tác nhân thị trường lớn, nên được lựa chọn để phỏng vấn bởi họ thường có tác động đến chuỗi, đồng thời lại có hiểu biết nhiều về chuỗi cũng như môi trường bên ngoài chuỗi.
- **Quy mô mẫu:** Số lượng tác nhân trong mỗi nhóm tác nhân cung cấp thông tin chủ chốt cần được phỏng vấn là bao nhiêu? Chuỗi giá trị càng đa dạng về đặc điểm của tác nhân tham gia chuỗi (ví dụ như về giới tính hoặc dân tộc, về tình trạng kinh tế xã hội, kích cỡ và quy mô doanh nghiệp, tình trạng pháp lý của tổ chức và chiến lược kinh doanh) thì càng cần phải tăng kích thước mẫu và có thể phải phân lớp hoặc đảm bảo sự cân bằng về lượng mẫu trong các phân nhóm. Cần có lượng mẫu tối thiểu lớn hơn khi thực hiện khảo sát có cấu trúc nhằm có đủ điểm dữ liệu cho các số liệu thống kê mô tả có nghĩa và dựa trên xác suất.
- **Quy trình chọn mẫu:** Đối với chọn mẫu cho chuỗi giá trị theo phương pháp định tính, các quy trình chọn phi xác suất, không ngẫu nhiên thường được sử dụng để có được số mẫu đủ lớn nhằm hiểu rõ về chuỗi giá trị. Chọn mẫu kiểu thuận tiện, lấy mẫu kiểu quả bóng tuyết (snowball) và lấy mẫu chặn cứng thường được sử dụng. Lấy mẫu ngẫu nhiên hoặc bán ngẫu nhiên cần được áp dụng cho khảo sát lớn có cấu trúc, yêu cầu nhà nghiên cứu phải có phân tích thống kê cơ bản (ví dụ, cách mà mẫu được chọn là từ danh sách các nhà buôn, nhà cung cấp nguyên liệu đầu vào địa phương hoặc thậm chí là nông dân trong làng bản).

Lấy mẫu kiểu thuận tiện bao gồm việc chọn các tác nhân cung cấp thông tin chủ chốt dựa trên xem xét thực tế, ví dụ để tiếp cận với tác nhân, sự sẵn sàng tham gia phỏng vấn hoặc vì họ có thời gian. Phương pháp này rất tiện lợi, đặc biệt là trong giai đoạn nghiên cứu thực địa ban đầu, tuy nhiên nó cũng tạo ra mẫu phỏng vấn không hoàn chỉnh và sai lệch. Do đó, phương pháp này cần được sử dụng kết hợp với các kỹ thuật lấy mẫu khác.

Lấy mẫu kiểu quả bóng tuyết (“Snowball” hoặc theo sự giới thiệu của tác nhân chuỗi) là khi hỏi các tác nhân để xác định hoặc định vị những đối tượng nắm thông tin chủ chốt liên quan khác, ví dụ như nhà cung cấp, người mua hoặc một loại tác nhân tham gia thị trường cụ thể nào đó. Lấy mẫu kiểu quả bóng tuyết được sử dụng rộng rãi bởi nó cho phép tiếp cận những đối tượng nắm thông tin chủ chốt khó xác định.

Kỹ thuật gặp mặt tại chỗ thường được sử dụng để chọn những doanh nghiệp nhỏ và phi chính thức, ví dụ như xưởng thiết bị nhỏ,

Chọn Mẫu và Thu Thập Thông Tin (Tiếp)

người bán lẻ nguyên liệu đầu vào, nhà buôn truyền thống, người chế biến thực phẩm quy mô nhỏ và người vận chuyển. Việc tiếp cận các tác nhân cung cấp thông tin này ngay tại nơi họ làm việc là một cách lấy mẫu thực tế trong những hệ thống thị trường nhỏ và không chính thức. Trong trường hợp các tác nhân cung cấp thông tin có thiện chí nhưng lại rất bận, buổi phỏng vấn có thể dời lại vào thời điểm khác tại cùng địa điểm hoặc ở một nơi thích hợp hơn.

Trong khảo sát bán cấu trúc và định tính, áp dụng phương pháp tiếp cận linh hoạt cho cấu trúc và quy mô của mẫu là thật sự cần thiết. Lựa chọn ban đầu về vị trí, thị trường và tác nhân cung cấp thông tin chỉ nên mang tính tương đối, thay vì cứng nhắc. Nên thay đổi và điều chỉnh phương pháp trong quá trình nghiên cứu thực địa dựa theo nhu cầu và cơ hội.



Thử nghiệm

Hộp 9: Lời khuyên cho việc cân nhắc về ngôn ngữ và thuật ngữ địa phương

Làm thế nào để giải quyết vấn đề ngôn ngữ địa phương là một vấn đề liên quan đến khảo sát có cấu trúc, phỏng vấn bán cấu trúc cũng như thảo luận nhóm. Có một số lời khuyên rất đáng để ghi nhớ như sau:

- Phỏng vấn và khảo sát với tác nhân cung cấp thông tin trong chuỗi giá trị cần được thực hiện bằng ngôn ngữ địa phương của họ. Cán bộ phỏng vấn cần được tập huấn về ngôn ngữ địa phương /hoặc sử dụng phiên dịch.
- Xác định những thuật ngữ địa phương phổ biến dùng cho thuật ngữ về chuỗi giá trị
- Cán bộ phỏng vấn cần nhận thức, thấu hiểu và sử dụng thuật ngữ và biệt ngữ thông thường mà người dân địa phương sử dụng khi mô tả các công đoạn của chuỗi giá trị, người tham gia và các hoạt động trong chuỗi giá trị để có được hiểu biết sâu sắc hơn và tránh sự nhầm lẫn trong suốt buổi phỏng vấn.
- Người phiên dịch giỏi cần hiểu được ý nghĩa và tầm quan trọng của các thuật ngữ và biệt ngữ trong ngôn ngữ địa phương và dịch tốt nhất.
- Cán bộ phỏng vấn cần tránh sử dụng hoặc chuyển dịch thuật ngữ và biệt ngữ trong chuỗi giá trị (ví dụ như “tác nhân”, “thượng nguồn” và “nhà buôn tổng hợp”) làm cho người cung cấp thông tin địa phương cảm thấy không quen và khó hiểu.
- Có thể có nhiều từ ngữ và ý nghĩa để diễn đạt cùng một đối tượng đối với các địa phương khác nhau. Ví dụ, ở miền Bắc của Việt Nam, người dân gọi là quả na là măng cầu, trong khi ở miền Nam của Việt Nam thì mọi người gọi quả na là *mãng cầu ta* và măng cầu được gọi là *mãng cầu Xiêm*.
- Diện tích đất đai và trang trại có thể được đặt tên theo cách khác nhau ở các địa phương khác nhau. Ở Việt Nam, một đơn vị đo đạc đất đai phổ biến là sào. Ở khu vực miền Bắc của Việt Nam, sào tương đương với 360m², ở khu vực miền Trung thì sào tương đương với 500m² và ở miền Nam của Việt Nam thì một sào là 1000m². Ở miền Nam của Việt Nam, từ công cũng được dùng để chỉ diện tích đất tương đương với 1000m².

Số Lượng Thành Viên và Thành Phần Nhóm Nghiên Cứu

Một nhóm nghiên cứu chuỗi giá trị đa ngành, với nhiều kĩ năng và chuyên môn bổ trợ nhau có thể mang lại nhiều lợi ích. Một nhóm nghiên cứu nên cần có các kiến thức và kĩ năng hữu ích sau:

- hiểu biết rõ về tình hình kinh tế và hoạt động tiếp thị chiến lược;
- nhiều kinh nghiệm về nghiên cứu chuỗi giá trị và phân tích các ngành hàng nông nghiệp;
- chuyên môn kĩ thuật trong ngành nông học, hoạt động sau thu hoạch và chế biến;
- có chuyên môn về lồng ghép giới và trao quyền kinh tế cho phụ nữ trong nghiên cứu chuỗi giá trị;
- những nhà xã hội học và nhân học có thể đưa ra các nhận xét sâu sắc về yếu tố địa lý, con người, và tác động văn hóa xã hội, cũng như việc sử dụng các phương pháp định tính để phục vụ phân tích kinh tế xã hội, tập trung vào tình trạng đói nghèo, sinh kế và/hoặc giới;
- kinh nghiệm và kĩ năng thực hiện phỏng vấn tốt; và
- có kiến thức về các chuỗi giá trị, kênh thị trường và tác nhân ở địa phương.

Để lồng ghép giới và yếu tố xã hội vào trong nghiên cứu chuỗi giá trị đòi hỏi kiến thức và kĩ năng chuyên môn. Nhà khoa học xã hội với nền tảng vững chắc trong nghiên cứu và phân tích sinh kế và giới đóng vai trò rất quan trọng. Do đó, cần đảm bảo rằng các quan điểm của họ về các vấn đề này được xem xét trong toàn bộ quá trình nghiên cứu.

Nên có sự tham gia của cán bộ nghiên cứu có kiến thức về văn hóa, các giá trị và quy phạm địa phương, có kĩ năng phỏng vấn và điều hành tốt cũng như có kinh nghiệm tương tác với những nhóm người yếu thế. Trong một số trường hợp, khi người phỏng vấn có một vài điểm tương đồng với đối tượng trả lời phỏng vấn, ví dụ như cùng giới tính hoặc dân tộc, có thể giúp cải thiện sự đa dạng và chất lượng của dữ liệu được thu thập.

Để đảm bảo sự bao quát và nhất quán trong việc đánh giá chuỗi giá trị, cần bầu ra một trường nhóm để dẫn dắt tất cả giai đoạn khác nhau của quá trình nghiên cứu, từ thiết kế nghiên cứu đến thu thập dữ liệu, phân tích và báo cáo. Sự tham gia chủ động của trường nhóm trong suốt giai đoạn đi thực địa là đặc biệt quan trọng trong việc điều chỉnh mẫu điều tra, công cụ khảo sát và thảo luận với người được phỏng vấn, từ thông tin của những cuộc phỏng vấn trước đó, trong tất cả các giai đoạn nghiên cứu từ sản xuất đến thị trường.



Thảo luận nhóm cùng người tiêu dùng đô thị tại Miền Điện.
Ảnh: Helvetas/Ngọc Anh



Sử dụng điện thoại để
thu thập số liệu tại Pakistan.
Ảnh: ACIAR/ConorAshleigh

Giới Thiệu

Nhiều dự án chuỗi giá trị bắt đầu bằng việc chọn lựa phân nhóm ngành, chuỗi giá trị hoặc sản phẩm để phân tích chi tiết và có thể phát triển sau này. Trong sách hướng dẫn này, các chuỗi giá trị nông nghiệp được ưu tiên lựa chọn với trọng tâm cụ thể là xác định tiềm năng cải thiện khả năng cạnh tranh cũng như gia tăng thu nhập và sinh kế cho các tác nhân chủ chốt tham gia trong chuỗi giá trị, đặc biệt là người nghèo và những nhóm yếu thế khác.

Bán những hoa quả có giá trị cao như Sầu Riêng và Nhân tại các sạp ven đường tại Campuchia.
Ảnh: ©2009CIAT/NeilPalmer



Từ một danh sách các chuỗi giá trị tiềm năng, nhà nghiên cứu sẽ sử dụng bộ tiêu chí đánh giá để sắp xếp thứ tự ưu tiên các chuỗi giá trị. Các tiêu chí liên quan tới các nhóm mục tiêu bao gồm cả phụ nữ và nam giới, quy mô và tăng trưởng của thị trường, khả năng cạnh tranh và cơ hội nâng cấp chuỗi giá trị. Ngoài ra, các chỉ tiêu, tiêu chí và các trọng số tương đối có thể sẽ được sử dụng để phản ánh rõ hơn trọng tâm, mục đích và mục tiêu cụ thể của một dự án hoặc tổ chức.

Cải tiến chất lượng đã giúp nông dân trồng ca cao ở Vanuatu nhận được giá cao khi tiếp cận thị trường về sản phẩm có chất lượng tối ưu, duy nhất một nguồn gốc xuất xứ trên thế giới.
Ảnh: Conor_Ashleigh©2014



Mục Tiêu

Các mục tiêu chính của chương này là:

- Xác định được các tiêu chí và chỉ tiêu chính để đánh giá các chuỗi giá trị liên quan đến mục tiêu của dự án;
- Hiểu được quy trình đánh giá một cách có hệ thống và sắp xếp ưu tiên cho các chuỗi giá trị tiềm năng nhất có thể mang lại lợi ích cho các nhóm mục tiêu.

Các Bước Tiến Hành

Bốn bước để sắp xếp thứ tự ưu tiên và chọn lựa các chuỗi giá trị:

1. Lập danh sách các chuỗi giá trị và sản phẩm tiềm năng
2. Xác định các tiêu chí lựa chọn và chỉ số liên quan
3. Định ra các trọng số tương đối
4. Chấm điểm và xếp hạng các chuỗi giá trị theo tiêu chí lựa chọn

Bước xếp hạng từ quy trình bốn bước được nêu như trên sẽ giúp lựa chọn được các sản phẩm và chuỗi giá trị cần nghiên cứu.

Sẽ rất lý tưởng nếu toàn bộ quy trình này áp dụng hướng tiếp cận có sự tham gia và lặp đi lặp lại với sự tham gia của các tác nhân liên quan như nhà nghiên cứu, cán bộ phát triển, cán bộ nhà nước, tổ chức tư nhân cũng như các đại diện của cộng đồng và nông dân.

Kết quả từ phân tích một cách có hệ thống các thông tin thứ cấp đóng vai trò rất quan trọng đối với các quy trình trên. Tùy vào mục đích, thời gian và nguồn lực, quy trình sắp xếp thứ tự ưu tiên có thể triển khai trên thực tế như là một công cụ đánh giá nhanh chuỗi giá trị hoặc có thể là phương pháp toàn diện hơn dựa trên các thông tin cụ thể và chuyên sâu từ nghiên cứu thứ cấp.

Các nhóm mục tiêu không nên được coi là một nhóm người đồng nhất và giống nhau. Cán bộ nghiên cứu cần hiểu được sự đa dạng tồn tại bên trong và giữa các tác nhân và các nhóm nam giới và phụ nữ nghèo, dân tộc thiểu số, hoặc cộng đồng nông dân. Bối cảnh kinh tế xã hội chính và các nguồn tài sản, bao gồm cả kiến thức và khả năng về kỹ thuật - sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến nhu cầu và năng lực của cá nhân hoặc nhóm và cách họ có thể tham gia hoặc hưởng lợi từ các can thiệp vào chuỗi giá trị khác nhau.

Bước 1 Xác định chuỗi giá trị và sản phẩm tiềm năng

Đầu tiên, cần xác định và lên danh sách các chuỗi giá trị tiềm năng. Những sản phẩm hàng hóa đã được sản xuất trong nước hoặc trong vùng dĩ nhiên sẽ có thể nằm trong danh sách. Danh sách cũng cần bao gồm những sản phẩm ngách (niche) hoặc hàng hóa chưa được sản xuất nhưng có tiềm năng khi xét đến các yếu tố như điều kiện khí hậu trong sản xuất nông nghiệp ở địa phương, cơ hội thị trường và các lợi ích mang lại cho các nhóm mục tiêu như nông hộ nhỏ ở cả hai giới, người nghèo hoặc nhóm dân tộc.

Theo ví dụ được trình bày ở hộp 1 bên dưới, danh sách các sản phẩm hoặc chuỗi giá trị tiềm năng có thể được phát triển theo phương pháp có sự tham gia bởi những tác nhân cung cấp thông tin chủ chốt là những người hiểu biết nhiều về nông nghiệp, kinh doanh nông sản và các chuỗi giá trị cũng như bối cảnh văn hóa và xã hội của quốc gia hoặc

vùng được hưởng tới. Những tác nhân này có thể xuất thân từ lĩnh vực sản xuất và kinh doanh nông nghiệp, có thể là các già, từ các trung tâm nghiên cứu, cơ quan nhà nước ở các cấp Trung ương và địa phương, các tổ chức tài trợ, các tổ chức phi Chính hoặc các dự án. Nên cân nhắc tới sự cân bằng về giới tính trong nhóm thành viên tham gia để phân ảnh được các ý kiến xuất phát từ quan điểm của cả phụ nữ và nam giới.

Hộp 1: Danh sách lựa chọn cây trồng và vật nuôi trong hệ thống nông nghiệp mang lại lợi nhuận cao hơn và bền vững ở Sơn La, Việt Nam

Hoạt động sắp xếp thứ tự các chuỗi giá trị ưu tiên cho hệ thống nông nghiệp trên chân đất trồng ngô có lợi nhuận cao hơn và bền vững hơn về mặt môi trường ở Sơn La, một tỉnh miền núi phía bắc Việt Nam, được thực hiện vào năm 2017, trong khuôn khổ dự án được tài trợ bởi Trung tâm Nghiên cứu Nông nghiệp Quốc tế Úc (ACIAR).

Đầu tiên, nhà nghiên cứu của dự án lập ra danh sách sản phẩm dựa vào việc tham khảo các tài liệu của những dự án nông nghiệp bảo tồn được thực hiện trước đó tại Sơn La. Sau đó danh sách này được điều chỉnh thông qua cuộc họp tác nhân để xác minh thông tin với sự tham gia của các nhà nghiên cứu ngô quốc gia và các cán bộ nông nghiệp làm việc ở cấp tỉnh và huyện.

Kết quả cuối cùng là đã lập được một danh sách dài gồm 29 sản phẩm có tiềm năng trong việc cải thiện độ màu mỡ và giảm xói mòn đất, bao gồm 14 cây trồng xen canh và trồng gối, sáu cây trồng xen canh lâu năm, sáu loài cò và ba loại vật nuôi. Những lựa chọn này sau đó đã được xếp hạng dựa trên khả năng tiếp cận trên thị trường, mức độ rủi ro và tác động tiềm năng đến sinh kế của nông hộ nhỏ.

Nguồn¹

Các chuỗi giá trị ngô cung cấp thức ăn cho vật nuôi đem lại thu nhập cho hàng nghìn nông hộ nghèo tại khu vực miền núi phía Bắc tại Lào và Việt Nam.
Ảnh: ©2009CIAT/NeilPalmer



Bước 2

Xác định tiêu chí lựa chọn

Lựa chọn chuỗi giá trị phục vụ cho phân tích chuyên sâu và các can thiệp khả thi nên dựa vào một bộ tiêu chí cho phép đánh giá và so sánh được các chuỗi giá trị khác nhau khi sử dụng cùng thông số trong đánh giá và so sánh. Mục đích là để sử dụng các tiêu chí và chỉ số để xác định được các chuỗi giá trị có triển vọng nhất nhằm đạt được mục tiêu dự án. Khi các bên tham gia cùng nhau lựa chọn các tiêu chí cuối cùng, họ sẽ xây dựng được sự hiểu biết chung và cùng nhau đồng thuận về các kết quả lựa chọn chuỗi giá trị.

Khung lựa chọn chuỗi giá trị được trình bày ở Bảng 1 và một bộ các chỉ số sẽ xoay quanh **năm tiêu chí chính** là:

1. **sự liên quan** tới các nhóm mục tiêu;
2. quy mô và tăng trưởng **thị trường**;
3. **khả năng cạnh tranh** của nhóm mục tiêu;
4. cơ hội **nâng cấp** chuỗi; và
5. tác động đến **môi trường và khí hậu**.

Những tiêu chí này nhằm để kết hợp các yếu tố ảnh hưởng đến các phương diện liên quan, cơ hội và tính khả thi của các chuỗi giá trị khác nhau tới nhóm mục tiêu. Các tiêu chí và chỉ số khác có thể được bổ sung thêm để phản ánh mục tiêu, mục đích và thứ tự ưu tiên cụ thể của một dự án hoặc tổ chức, như được thể hiện trong Bảng 1.



Thuật ngữ

- **Tiêu chí** là tập hợp các yếu tố khác nhau, các điều kiện và quy trình theo đó có thể đánh giá các kết quả cụ thể, ví dụ như tiềm năng về quy mô và tăng trưởng thị trường
- **Chỉ số** sẽ đo lường các đặc tính về mặt định lượng và định tính cụ thể của các tiêu chí

Bảng 1 trang tiếp theo



Bảng 1. Các tiêu chí và chỉ số để đánh giá và sắp xếp thứ tự chuỗi giá trị ưu tiên

Tiêu chí	Chỉ số
1. Mức độ liên quan đến nhóm mục tiêu	1.1 Số lượng nam và nữ hiện có hoặc có tiềm năng tham gia vào chuỗi
	1.2 Đóng góp vào thu thập và sinh kế của nhóm mục tiêu
2. Quy mô và tăng trưởng thị trường	2.1 Quy mô thị trường
	2.2 Tăng trưởng thị trường (năm năm vừa qua)
3. Khả năng cạnh tranh của nhóm mục tiêu	3.1 Sự phù hợp và khả thi về mặt khí hậu nông nghiệp
	3.2 Thị phần nội địa của các nhà sản xuất nội địa và nhóm mục tiêu (năm hoặc 10 năm vừa qua)
	3.3 Thị phần xuất khẩu của các sản phẩm trong nước (05 hoặc 10 năm qua)
	3.4 Khả năng cạnh tranh của nhóm mục tiêu về giá cả và chất lượng hoặc các thuộc tính khác của sản phẩm như an toàn thực phẩm, xuất xứ địa lý hoặc nguồn gốc của sản phẩm
4. Cơ hội nâng cấp chuỗi giá trị	4.1 Cơ hội nâng cấp về kỹ thuật, chế biến, liên kết, tổ chức hoặc sản phẩm nhờ đó sẽ tăng năng suất và giá trị, và kết quả là tạo ra lợi nhuận và thu nhập ròng cao hơn cho nhóm mục tiêu
	4.2 Mức độ khả thi trong việc phát triển các tiến bộ kỹ thuật, ứng dụng và thay đổi thực hành của các nhóm mục tiêu
	4.3 Sự hiện diện của công ty đầu ngành và các cơ hội để hợp tác và phát triển kinh doanh nông nghiệp bao trùm
5. Tác động đến môi trường và khí hậu	5.1 Tác động đến môi trường hay cơ hội để cải thiện tính bền vững hoặc giảm thiểu tác động tiêu cực
	5.2 Tác động đến biến đổi khí hậu và cơ hội để thích nghi và giảm thiểu
6. Các tiêu chí khả thi khác (dựa trên bối cảnh và mục đích)	6.1 Phù hợp với các chiến lược, ưu tiên và các quy định của pháp luật
	6.2 Rủi ro và cơ hội về chính sách
	6.3 Mức độ quan trọng đối với an ninh lương thực và dinh dưỡng



Chợ đầu mối Quảng Châu tại miền Nam, Trung Quốc là trung tâm thương mại chính cho các chuỗi giá trị thực phẩm quốc gia và toàn cầu.
Ảnh: FocusGroupGo/RoddDyer

Bước 2

Xác định tiêu chí lựa chọn

(Tiếp)

Các chỉ số được lựa chọn cho tiêu chí phải cho phép đánh giá khách quan và đo lường được (ví dụ như số lượng người trong nhóm mục tiêu, mức độ đóng góp vào thu nhập hộ gia đình, quy mô thị trường, tăng trưởng thị trường trong năm năm qua, tiềm năng về năng suất, v.v). Điều này sẽ giúp cho việc chấm điểm và phân tích chính xác hơn, hỗ trợ so sánh khách quan giữa các chuỗi giá trị và giảm thiểu việc đánh giá chủ quan. Khi sử dụng các chỉ số định tính, việc đưa ra hướng dẫn cho các điểm số khác nhau sẽ giúp đánh giá các tiêu chí một cách nhất quán. Các câu hỏi hướng dẫn cũng có thể được sử dụng song song với các tiêu chí hoặc đóng vai trò như là tiêu chí lựa chọn.

Mức độ liên quan đến nhóm mục tiêu tính đến số lượng người (hiện tại hoặc có tiềm năng) tham gia vào quá trình sản xuất và hậu sản xuất và những đóng góp về thu nhập mà chuỗi giá trị tạo ra cho họ. Các sản phẩm trồng trọt của chuỗi giá trị có đóng góp nhiều trong thu nhập và sinh kế của hộ gia đình có thể là sản phẩm tiềm năng cho phân tích chuyên sâu và can thiệp khả thi. Tuy nhiên, sự phụ thuộc vào các sản phẩm trồng trọt có giá trị thấp có thể khiến một số nông hộ sa vào bẫy nghèo vì chúng chỉ là nguồn thu nhập ít ỏi. Trong những trường hợp như vậy, việc đa dạng hóa các sản phẩm trồng trọt có giá trị cao có thể là phương án tốt hơn nhằm tăng thu nhập của hộ.

Số liệu thống kê về dân số, nông nghiệp và kinh tế xã hội hộ gia đình có thể là thông tin cần thiết để ước lượng số hộ gia đình và những người tham gia vào các chuỗi giá trị khác nhau cũng như những đóng góp của chúng vào thu nhập của các hộ. Những số liệu thống kê về sản lượng sản phẩm và giá trung bình có thể được sử dụng để ước tính tổng thu nhập. Các số liệu thống kê này thường có ở cấp tỉnh, huyện và thị trấn.

Quy mô và tăng trưởng thị trường cũng rất quan trọng. Các chuỗi giá trị phục vụ thị trường lớn, đang tăng trưởng và có lợi nhuận cao mà nhóm mục tiêu có thể tiếp cận hoặc tham gia thường có xu hướng mang lại nhiều cơ hội tốt hơn để đạt được các tác động kinh tế xã hội tích cực ở quy mô lớn. Cần phải phân biệt giữa thị trường hàng hóa thông thường và thị trường ngách là thị trường có thể tạo nhiều cơ hội và lợi ích khác nhau cho những nhóm đối tượng khác nhau và cho nhiều người hơn. Ví dụ, một vài cơ hội trong chuỗi giá trị như sản xuất “rau an toàn” hoặc gạo thơm, có thể liên quan đến các thị trường ngách trong khu vực thị trường rộng lớn nói chung. Do đó, cần phân tích chi tiết hơn về các phân khúc thị trường khác nhau.

Số liệu thống kê nông nghiệp và thương mại chỉ ra những thay đổi hiện có và gần đây về cây trồng hoặc diện tích trồng trọt (hec-ta), sản lượng đầu ra (tấn), giá trị (đô la) và đơn giá (đô la/tấn) cũng như lượng xuất khẩu và nhập khẩu (tấn và đô la) cung cấp các chỉ số hữu ích về tình hình thị trường.

Khả năng cạnh tranh là một phương diện tác động quan trọng khác. Các nhóm mục tiêu và doanh nghiệp nông nghiệp chỉ có thể

duy trì hoặc tăng cường vị thế của mình trong thị trường nếu họ có khả năng cạnh tranh trên các thị trường trong nước và/hoặc xuất khẩu. **Tính khả thi về nông nghiệp thích ứng với khí hậu** diễn tả sự phù hợp của yếu tố đất đai, địa hình, thực vật, nguồn nước và đặc điểm khí hậu của địa phương đối các sản phẩm trồng trọt trong chuỗi giá trị. Những yếu tố này ảnh hưởng trực tiếp đến sản lượng, chất lượng của sản phẩm hiện có hoặc sản phẩm tiềm năng, cũng như chi phí sản xuất, là một yếu tố cơ bản tác động đến khả năng cạnh tranh. **Việc đánh giá mức độ cạnh tranh ở cấp độ doanh nghiệp** bao gồm việc tính chi phí sản xuất và tiếp thị cụ thể (đô la/kg) cũng như các thuộc tính về chất lượng, độ an toàn, truy xuất nguồn gốc và xuất xứ của sản phẩm (ví dụ như giá cà, đô la/kg). Mức độ và xu hướng nhập và xuất khẩu cũng là các chỉ số quan trọng về khả năng cạnh tranh ở cấp độ ngành. Số liệu thống kê và báo cáo về nông nghiệp và thị trường có thể cung cấp dữ liệu cần thiết để đánh giá mức độ cạnh tranh.

Khả năng cạnh tranh không phải là yếu tố mang tính cố định. **Nâng cấp và cải tiến chuỗi** đề cập đến cơ hội cải thiện hiệu suất, khả năng cạnh tranh, giá trị và thu nhập thuần trong chuỗi giá trị. Sự hiện diện của các thực hành, quy trình, tiến bộ kỹ thuật và công nghệ cụ thể có khả năng cải thiện hiệu quả sản xuất và tiếp thị (ví dụ như giảm chi phí sản xuất; đô la/tấn), cải thiện về sản lượng đầu ra (tấn) và chất lượng (giá/kg) và tiếp cận những thị trường giá trị cao là các chỉ số quan trọng trong việc chọn lựa chuỗi giá trị.

Nhà nghiên cứu Herr¹ và các cộng sự đã chia các chiến lược nâng cấp thành các dạng là nâng cấp quy trình, nâng cấp sản phẩm, nâng cấp chức năng, nâng cấp các kênh tiêu thụ và nâng cấp tổng hợp đa lĩnh vực. Những chiến lược này được mô tả chi tiết trong phần Nâng cấp Chuỗi Giá trị (Công cụ 8). Các chiến lược nâng cấp sẽ rất khác nhau về tính phức tạp, yêu cầu về vốn, rủi ro và lợi tức đầu tư. Chi phí và thu nhập thuần cũng sẽ khác nhau khi xét giữa các tiến bộ kỹ thuật, các tác nhân và các nhóm khác nhau trong chuỗi.



Thuật ngữ

- **Lợi thế Cạnh tranh** là khi mà một tác nhân của chuỗi giá trị có thể sản xuất ra một sản phẩm với giá thấp hơn đối thủ hoặc sản xuất ra một sản phẩm thay thế được ưa chuộng hơn. Hai yếu tố cấu thành cơ bản của lợi thế cạnh tranh là lợi thế so sánh và lợi thế khác biệt.
- **Lợi thế So sánh** là khi mà một tác nhân chuỗi giá trị có thể sản xuất hiệu quả một sản phẩm hơn các đối thủ cạnh tranh khác và do đó bán sản phẩm với giá rẻ hơn.
- **Lợi thế Khác biệt** là khả năng mà một tác nhân trong chuỗi giá trị có thể sản xuất một sản phẩm thay thế khác được ưa chuộng nhiều hơn so với các sản phẩm của đối thủ cạnh tranh.

Bước 2

Xác định tiêu chí lựa chọn

(Tiếp)

Khả năng áp dụng và thay đổi thực hành của các tiến bộ kỹ thuật trong nâng cấp chuỗi thực hiện bởi những nhóm mục tiêu khác nhau là một chỉ số lựa chọn quan trọng. Nó cũng mang tính phức tạp và có sự sai khác lớn giữa các nhóm mục tiêu. Ước lượng tỉ lệ (%) nhóm mục tiêu có khả năng áp dụng các công nghệ nhất định cũng là một chỉ số hữu ích. Tỉ lệ ứng dụng thực tế, thậm chí đối với những công nghệ khá đơn giản và dễ dàng thực hiện như áp dụng giống cải tiến, thường ở dưới mức 40% ngay cả sau nhiều năm tác động.

Công tác đánh giá cần cân nhắc các yếu tố rào cản cụ thể đối với việc áp dụng (ví dụ như các yêu cầu nguồn lực về tài chính, đất đai, lao động và/hoặc kiến thức; dòng tiền; rủi ro). Đồng thời đánh giá cũng cần cân nhắc các yếu tố liên quan tới văn hóa xã hội và kinh tế cũng như tính khả thi của chiến lược nâng cấp và liệu rằng chúng có phù hợp với chiến lược sinh kế, các ưu tiên và mong muốn của phụ nữ và nam giới trong các nhóm mục tiêu hay không. Quan trọng là các nhóm mục tiêu có nguồn lực cần thiết về tài sản, tài chính, điều kiện tự nhiên, con người và xã hội để giúp họ tận dụng được các cơ hội nâng cấp chuỗi². Ngoài ra, cần xem xét khả năng hưởng lợi từ dự án của nữ giới có thấp hơn với nam giới hay không.

Sự hiện diện và tác động của các doanh nghiệp đầu ngành trong chuỗi giá trị có thể giúp cho những hộ nông dân nhỏ có cơ hội tiếp cận với thị trường, công nghệ và thông tin mới hoặc mang lại các cơ hội nghề nghiệp cho họ. Tuy nhiên, cũng cần chú ý rằng sự tham gia của các doanh nghiệp đầu ngành vào một số khu vực cũng có thể không đem lại lợi ích gì khi mà họ có thể phá vỡ sự năng động của địa phương bởi các ảnh hưởng tiêu cực mang tính loại trừ. Họ cũng có thể tạo ra sự lệ thuộc cho người nông dân, khiến nông dân phải sản xuất chuyên biệt để phù hợp với nhu cầu và yêu cầu của doanh nghiệp đầu ngành, từ đó người nông dân sẽ không còn hưởng lợi nếu các công ty này xuất hiện ở địa phương³.

Một số chỉ số thể hiện việc doanh nghiệp đầu ngành tác động đến những hộ nông dân nhỏ có thể là số lượng hoặc tỉ lệ đầu vào họ cung cấp ra hoặc sản phẩm mà họ mua vào để chế biến và xuất khẩu. Giá cả doanh nghiệp định ra, công ăn việc làm họ mang lại, và các hỗ trợ về kỹ thuật và tài chính mà họ cung cấp cho người nông dân là những chỉ số hữu ích khác.

Các chỉ số về môi trường và khí hậu thể hiện ở tác động hoặc rủi ro có thể xảy ra đối với chuỗi giá trị có tác động tới môi trường và biến đổi khí hậu. Nạn phá rừng, ô nhiễm nguồn nước, không khí và đất đai cũng như khí thải hiệu ứng nhà kính là những yếu tố đo lường quan trọng cho tác động về môi trường và khí hậu cũng như tính bền vững. Các chuỗi giá trị hoặc những hoạt động của chuỗi cũng có thể tạo cơ hội để tăng cường yếu tố ngoại cảnh tác động tích cực đến môi trường và giảm thiểu tác động tiêu cực.

1. M. Herr và đồng tác giả., *Giải thích Khái niệm. Hướng dẫn Phân tích và Phát triển Chuỗi Giá Trị*, Geneva, ILO, 2006, pp. EC-1-EC-23, được trích dẫn trong <https://www.marketlinks.org/good-practice-center/value-chain-wiki/upgrading-overview>
 2. D. Stoian và đồng tác giả., 'Phát triển chuỗi giá trị để giảm nghèo vùng nông thôn: kiểm tra thực tế và cảnh báo', *Phát triển Doanh nghiệp và Tài chính vi mô*, tập. 23, số. 1, 2012, trang. 54-69.

Các tiêu chí khác có thể được bổ sung vào danh sách tùy thuộc vào bối cảnh. Ví dụ, các chuỗi tiềm năng được điều chỉnh ở mức độ nào đó để phù hợp với những chiến lược và ưu tiên của Chính phủ được cân nhắc trong bối cảnh chính trị và thể chế nhất định.

Các tiêu chí để ra cần phản ánh yêu cầu và ưu tiên của tổ chức tham gia cũng như mục đích cụ thể của nghiên cứu chuỗi giá trị.

Ví dụ như một tổ chức như Tổ chức Phát triển Công nghiệp Liên hiệp quốc (UNIDO), với sứ mệnh hỗ trợ phát triển công nghiệp, sẽ có xu hướng ưu tiên chọn lựa chuỗi nông sản trong đó các doanh nghiệp chế biến có ưu thế lớn hoặc những chuỗi nông sản có cơ hội phát triển kinh doanh nông nghiệp gắn với công nghiệp. Tổ chức Lao động Quốc tế (ILO) sẽ đặc biệt hỗ trợ những chuỗi giá trị có tiềm năng tạo ra việc làm hoặc giải quyết được các vấn đề quan trọng liên quan tới lao động. Ngược lại, đối với Hội nghị Liên Hiệp Quốc về Thương mại và Phát triển (UNCTAD) có thể sẽ hướng đến những chuỗi giá trị có tiềm năng xuất khẩu.

Các tác nhân ra quyết định thường có tâm lý sử dụng danh sách bao gồm nhiều tiêu chí để xếp hạng các lựa chọn chuỗi giá trị như các ví dụ được trình bày ở phần sau. Tuy nhiên, trong một số trường hợp, đưa ra ít chỉ số và tiêu chí, lại đem lại nhiều lợi ích hơn. Khi đó yêu cầu về dữ liệu sẽ được giảm thiểu và đảm bảo rằng các tiêu chí chính được sẽ được chú trọng khi ra quyết định cuối cùng cho việc lựa chọn chuỗi giá trị.

Cuối cùng, việc lựa chọn các tiêu chí sẽ được quyết định bởi những yếu tố chính trị và thể chế, mục đích và trọng tâm cụ thể của hoạt động đánh giá chuỗi giá trị cũng như tư duy và quan điểm của các tác nhân tham gia vào quá trình lựa chọn. Những yếu tố đó sẽ lý giải vì sao tiêu chí lựa chọn chuỗi giá trị có thể rất khác nhau đối với các tổ chức và dự án, như được thể hiện trong ví dụ trình bày ở Hộp 2 và 3.

Jones (2016)⁴ và các tác giả khác đã đưa ra một số ví dụ trong hộp 2-5 về cải thiện việc áp dụng lăng kính giới và bao trùm xã hội khi phân tích chuỗi giá trị. Những đề xuất của họ đưa ra các tiêu chí lựa chọn khác nhau hoặc các câu hỏi hướng dẫn cụ thể nhằm tăng khả năng trao quyền cho phụ nữ và bình đẳng giới, cũng như các hướng dẫn hữu ích và các công cụ thiết thực được phát triển để lồng ghép giới trong khuôn khổ phân tích cho các nghiên cứu chuỗi giá trị. Cần ghi nhớ rằng sự hiện diện và vai trò của phụ nữ và nam giới, và các rào cản và các cơ hội mà họ phải đối mặt, sẽ khác nhau giữa và trong chuỗi giá trị nhưng có thể không hiện diện ngay lập tức.

3. E. Biénabe và đồng tác giả., (eds), *Tái kết nối thị trường - Thực hành cải tiến toàn cầu trong việc kết nối nhà sản xuất quy mô nhỏ với thị trường thực phẩm năng động*, Luân Đôn, Gower, Chuỗi Thực phẩm Bền vững Gower, trang . 208.

4. L. Jones, *Khái niệm Khung Trao quyền cho Phụ nữ và Hệ thống Thị trường, hướng dẫn và công cụ thực tế*, 2016, <https://beamexchange.org/resources/794/>.

Hộp 2: Tiêu chí lựa chọn chuỗi giá trị vì người nghèo ở miền Đông In-đô-nê-si-a

Dự án Kinh doanh Nông nghiệp miền Đông In-đô-nê-si-a⁵ được phát triển nhằm cung cấp thông tin cho hoạt động lựa chọn và thiết kế hoạt động can thiệp chuỗi giá trị trong chương trình phát triển nhằm tăng thu nhập thuần thêm 30% cho ít nhất 300,000 hộ nông dân, tại bốn tỉnh miền Đông In-đô-nê-si-a vào năm 2018.

Một nhóm bao gồm các thành viên dự án cùng với nhóm cố vấn đã cùng nhau xây dựng lên bộ tiêu chí lựa chọn chuỗi theo danh sách dưới đây. Trọng tâm là tập trung vào lĩnh vực và các cơ hội tăng thu nhập cho hộ nông dân nghèo. Các tiêu chí bổ sung bao gồm tính bền vững về mặt môi trường, tính khả thi về mặt sinh thái nông nghiệp, sự phù hợp với các chương trình của Chính và của các nhà tài trợ, cũng như cơ sở hạ tầng hiện có.

1. Hoạt động giảm nghèo và tính bền vững của hoạt động kinh tế

- 1.1. Có tiềm năng nào cho phần lớn những hộ gia đình nghèo trong công đoạn sản xuất và sau thu hoạch không?
- 1.2. Tiềm năng nào để gia tăng thu nhập cho người sản xuất một cách bền vững?
- 1.3. Chuỗi/ngành hàng có phù hợp với trọng tâm của các chương trình quốc gia và ưu tiên của Chính không?
- 1.4. Có nhiều dự án làm về lĩnh vực này không? Hiện các nhà tài trợ đã xác định được các nhu cầu của lĩnh vực này là gì?
- 1.5. Sự khả thi về điều kiện sinh thái nông nghiệp của ngành hàng là thế nào?
- 1.6. Ngành hàng có bền vững về mặt môi trường không?
- 1.7. Các rủi ro ngoại cảnh là gì?

2. Cấu trúc chuỗi

- 2.1. Có tiềm năng cho việc tăng giá trị trong các hoạt động sản xuất và sau thu hoạch không?
- 2.2. Tiềm năng nào để cải thiện tiếp cận thị trường?
- 2.3. Tiềm năng nhân rộng và chuyển giao là như thế nào?
- 2.4. Cơ sở hạ tầng hiện tại có đáp ứng được không?

5. Trung tâm Nghiên cứu Nông nghiệp Quốc tế Úc (ACIAR) - Cơ hội Phát triển Kinh doanh Nông nghiệp miền Đông Indonesia (EI-ADO), <https://ei-ado.aciar.gov.au/>

Hộp 3: Các tiêu chí của Agri-ProFocus cho hoạt động lựa chọn chuỗi giá trị có tính đến yếu tố giới

Khung lựa chọn chuỗi giá trị nông sản có tính đến yếu tố giới được Agri-ProFocus⁶ phát triển bao gồm mười chỉ số liên quan đến khả năng cạnh tranh và tiềm năng tăng trưởng của chuỗi giá trị và mười chỉ số khác liên quan đến tiềm năng của việc tăng cường trao quyền cho phụ nữ và bình đẳng giới.

A. Tiềm năng tăng trưởng

1. Xu hướng tăng trưởng tích cực của chuỗi giá trị, nhu cầu thị trường chưa được đáp ứng
2. Các cửa hàng bán sản phẩm hiện có, người mua có mối quan tâm lớn cho sản phẩm
3. Phạm vi mở rộng sản xuất và/hoặc gia tăng giá trị thông qua hoạt động chế biến hoặc cải thiện sản phẩm (có thị trường cho các sản phẩm mới)
4. Các chi phí trong chuỗi giá trị là thấp so với đối thủ cạnh tranh
5. Lợi thế cạnh tranh khác của chuỗi giá trị so với đối thủ cạnh tranh (sản phẩm độc đáo/ đặc sản địa phương)
6. Tiềm năng hợp tác và phối hợp giữa các tác nhân để nâng cấp chuỗi giá trị
7. Trình độ về công nghệ và khả năng quản lý của các doanh nghiệp trong ngành có đủ để thực hiện nâng cấp và cải tiến
8. Có thể sử dụng cơ sở hạ tầng, lực lượng lao động đủ tiêu chuẩn, nguyên liệu thô, các đầu vào sản xuất
9. Cơ hội tiếp cận dịch vụ tài chính
10. Cơ hội tiếp cận dịch vụ phát triển kinh doanh nhằm cải thiện chất lượng của quá trình sản xuất

B. Tiềm năng góp phần vào việc trao quyền cho phụ nữ và bình đẳng giới

1. Tỷ lệ phụ nữ làm việc trong chuỗi giá trị là cao so với mặt bằng chung
2. Có nhiều nữ doanh nhân trong chuỗi giá trị
3. Phụ nữ kiểm soát thiết bị/tài sản
4. Phụ nữ có hoặc có thể thể trao đổi kỹ năng cần thiết để nâng cao cơ hội tăng lợi nhuận thông qua chế biến sản phẩm và đa dạng hóa
5. Phụ nữ kiểm soát doanh thu từ buôn bán và điều hành doanh nghiệp
6. Có khoảng cách địa lý gần với các nông hộ khác trong cộng đồng
7. Doanh nhân nghèo và quy mô nhỏ gặp phải những rào cản khi tham gia (quy mô sản xuất nhỏ, chi phí khởi nghiệp thấp, không yêu cầu đầu tư vốn lớn, ứng dụng kỹ thuật công nghệ thấp)
8. Rào cản gia nhập thấp đối với doanh nhân (thời gian và tính lưu động, cơ hội tiếp cận công nghệ và tài sản, hạn chế về văn hóa)
9. Tạo cơ hội mới cho phụ nữ
10. Những hoạt động mới phù hợp với điều kiện sinh kế (thu nhập trong năm, sử dụng lao động gia đình, nhanh thu lời, đóng góp vào an ninh lương thực, không gây hại đến môi trường, không giảm thiểu nguồn nước sạch)

6. A. Sendersal và đồng tác giả., *Giới tính trong chuỗi giá trị - Bộ công cụ thực tế để lồng ghép quan điểm giới tính trong hoạt động phát triển chuỗi giá trị nông nghiệp*, Agri-ProFocus, 2014, https://agriprofocus.com/upload/ToolkitENGgender_in_Value_ChainsJan2014compressed1415203230.pdf

Bước 3

Đánh trọng số cho các tiêu chí lựa chọn

Khi những tiêu chí và chỉ số lựa chọn chuỗi được thống nhất, những trọng số tương đối thể hiện mức độ quan trọng có thể được đưa ra cho từng mục. Việc đánh trọng số này sẽ được thực hiện khi một vài tiêu chí sẽ được coi là quan trọng hơn so với các tiêu chí khác và do đó nó sẽ tác động nhất định đến việc xếp hạng hay sắp xếp thứ tự ưu tiên cho các chuỗi giá trị.

Việc đánh trọng số thường được chia thành hai loại chủ yếu:

- **Đánh số đơn giản** (ví dụ như 1, 2, 3 hoặc 4), khi mà mức độ quan trọng tương đối của các chỉ số có liên quan trực tiếp đến đánh giá theo số. Điều này có nghĩa là một chỉ số với mức đánh giá 4 được coi là quan trọng hơn gấp hai lần so với chỉ số có đánh giá 2 và hơn bốn lần cho với đánh giá 1.
- **Tỉ lệ phần trăm** khi tất cả các chỉ số có trọng số tổng hợp thành 100% và mức độ quan trọng tương đối của mỗi chỉ số được phản ánh qua tỉ lệ phần trăm được gán cho nó trong tổng số đánh giá. Ví dụ, nếu có ba chỉ số thì chỉ số đầu tiên có thể được đánh trọng số 50%, chỉ số thứ hai là 30% và thứ ba là 20%.

Nếu việc lựa chọn tiêu chí và các chỉ số được thực hiện dưới hình thức các bên cùng tham gia thì mỗi cá nhân tham gia nên đánh trọng số cho từng tiêu chí khác nhau, để đảm bảo tính khách quan. Dự án Cơ hội Phát triển Kinh doanh Nông nghiệp miền Đông In-đô-nê-si-a (EI-ADO) đã áp dụng phương pháp này trong nghiên cứu của mình, chi tiết được thảo luận ở Hộp 4 dưới đây.



Ghi chú

Dù cho hệ thống đánh trọng số nào được sử dụng, quy tắc chung là nếu việc lựa chọn chuỗi giá trị coi trọng yếu tố giới, bao trùm xã hội và vì người nghèo hơn, thì trọng số được đánh cho chỉ số về những tiêu chí này sẽ càng cao hơn.

Hộp 4: Đánh trọng số bằng tỷ lệ phần trăm trong lựa chọn các chuỗi giá trị vì người nghèo ở miền Đông In-đô-nê-si-a

Để lựa chọn chuỗi giá trị vì người nghèo ở miền Đông In-đô-nê-si-a như thảo luận trong Hộp 2, nhóm dự án EI-ADO và nhóm cố vấn đã quyết định đánh trọng số bằng tỉ lệ phần trăm cho mỗi nhóm tiêu chí và sau đó là cho các tiêu chí riêng lẻ, như được thể hiện trong bảng bên dưới.

Hoạt động giảm nghèo và sự bền vững của hoạt động kinh tế chiếm 60% và cấu trúc chuỗi giá trị chiếm 40% tổng trọng số của chuỗi giá trị. Các trọng số của mỗi tiêu chí phản ánh trọng tâm tác động vì người nghèo, trong đó tiềm năng tiếp cận số lượng lớn các hộ gia đình nghèo và tăng thu nhập bền vững có trọng số cao nhất, tiếp đến là tiềm năng tăng giá trị, tiềm năng cải thiện tiếp cận thị trường và khả năng nhân rộng các sáng kiến cải tiến.

Hộp 4: Đánh trọng số bằng tỷ lệ phần trăm trong lựa chọn các chuỗi giá trị vì người nghèo ở miền Đông In-đô-nê-si-a (tiếp)

Tiêu chí	Trọng số
Giảm nghèo và sự bền vững của kinh tế	60%
Có tiềm năng tiếp cận với số lượng lớn những hộ gia đình nghèo đang tham gia vào hoạt động sản xuất và sau thu hoạch không?	30%
Có tiềm năng nào để tăng thu nhập bền vững cho người sản xuất?	30%
Chuỗi/hàng hóa có phù hợp với trọng tâm của các chương trình và ưu tiên của Chính không?	10%
Có nhiều dự án triển khai ở ngành này không? Có những nhu cầu cần thiết của ngành được các nhà tài trợ xác định là thế nào?	5%
Ngành hàng này có phù hợp với đặc điểm sinh thái trong nông nghiệp như thế nào?	10%
Ngành hàng này có bền vững về mặt môi trường không?	10%
Các rủi ro ngoại cảnh là gì?	5%
Cấu trúc chuỗi	40%
Có tiềm năng tăng giá trị cho các hoạt động sản xuất và sau thu hoạch không?	30%
Tiềm năng cải thiện cơ hội tiếp cận thị trường là gì?	30%
Tiềm năng nhân rộng và chuyển giao ra sao?	25%
Cơ sở hạ tầng hiện tại có đủ để đáp ứng không?	15%

Nguồn⁷

7. ACIAR, Cơ hội Phát triển Kinh doanh Nông nghiệp miền Đông Indonesia (EI-ADO), Trung tâm Nghiên cứu Nông nghiệp Quốc tế Úc (ACIAR), <https://ei-ado.aciar.gov.au/>

Hộp 5: Đánh trọng số bằng tỉ lệ phần trăm cho hoạt động lựa chọn chuỗi giá trị có tính đến yếu tố giới trong ba vùng của Albania

Một phương pháp đánh trọng số đơn giản hơn được áp dụng trong một dự án của Tổ chức Lương thực và Nông nghiệp FAO ở Albania, dự án Thúc đẩy Trao quyền Kinh tế cho Phụ nữ tại Nông thôn thông qua hoạt động Đa dạng hóa Thu nhập. Các trọng số được gán cho các tiêu chí tích hợp, thay vì các chỉ số riêng lẻ, trong đó chỉ tiêu cơ hội thực hiện can thiệp và có liên quan đến việc trao quyền cho phụ nữ có trọng số cao hơn một chút so với chỉ tiêu nhu cầu và tiếp cận thị trường. Trái lại, chỉ số thứ tự ưu tiên quốc gia có trọng số thấp.

Tiêu chí	Trọng số
<p>Nhu cầu và tiềm năng thị trường</p> <ul style="list-style-type: none"> Mức độ quan trọng của nhóm tiểu ngành đối với sự phát triển của vùng Dẫn chứng về tiềm năng thị trường lớn hoặc có nhu cầu cao Triển vọng tốt về tăng trưởng và các cơ hội mang lại thu nhập và việc làm Lợi thế cạnh tranh già định (tiềm năng) của tiểu ngành đối với thị trường trong khu vực, quốc gia và quốc tế 	20%
<p>Tiếp cận cộng đồng</p> <ul style="list-style-type: none"> Số lượng hoặc sự tham gia tích cực của các doanh nghiệp vừa và nhỏ trong tiểu ngành và sự phân phối của họ trong chuỗi giá trị Việc làm ước tính trong tiểu ngành (phân chia theo giới tính) Vị trí các cụm sản xuất kinh doanh chính trong vùng 	20%
<p>Thứ tự ưu tiên quốc gia</p> <ul style="list-style-type: none"> Khu vực ưu tiên của Chính Các tác động của mô hình trình diễn tiềm năng, hiệu ứng lan tỏa già định và khả năng lặp lại trong các tiểu ngành khác 	10%
<p>Cơ hội thực hiện can thiệp</p> <ul style="list-style-type: none"> Trò ngại/ điểm tắc nghẽn hiện tại có thể được giải quyết hiệu quả Tính dễ thâm nhập và sự sẵn sàng hợp tác của các tác nhân chính (ở khu vực công và tư) Khả năng đồng thuận và hỗ trợ tích cực cho việc can thiệp của các bên tham gia 	25%
<p>Sự liên quan đối với việc trao quyền cho phụ nữ và các vấn đề xuyên suốt</p> <ul style="list-style-type: none"> Vị trí của các nhóm phụ nữ trong khu vực Đem lại ảnh hưởng lớn đến nhóm người nghèo và nhóm yếu thế của xã hội Cơ hội khả thi của việc trao quyền kinh tế cho phụ nữ Tiềm năng tăng giá trị cho sản phẩm nông nghiệp và các sản phẩm khác Cơ hội thực hiện kết nối mạng lưới Cơ hội đa dạng hóa 	25%
TỔNG CỘNG	100%

Nguồn⁸

Bước 4
Chấm điểm và xếp hạng các chuỗi giá trị

Chấm điểm là bước cuối cùng và là bước khó nhất trong quá trình chọn lựa chuỗi giá trị. Nó bao gồm hoạt động đánh giá kĩ lưỡng mức độ phù hợp của các chuỗi giá trị với những chỉ số trong tiêu chí và dựa vào đó để chấm điểm. Mỗi chỉ số cụ thể cần được diễn giải trình bày một cách cô đọng cho điểm số.

Có thể sử dụng các thang điểm khác nhau, tuy nhiên thang điểm từ 1 đến 5 là thang điểm phổ biến nhất. Nếu trọng số được đánh cho chỉ số của tiêu chí, điểm số sẽ cần phải nhân với trọng số tương ứng.

Sau đó chuỗi giá trị được xếp hạng theo tổng số điểm, được tính theo số trung bình hoặc tổng số điểm của các điểm tính cho chỉ số riêng lẻ. Một ma trận chấm điểm như Bảng 2 thường được sử dụng để dễ dàng so sánh giữa các chuỗi giá trị.

Bảng 2. Ví dụ ma trận chấm điểm và xếp hạng chuỗi giá trị

Tiêu chí	Trọng số	Chuỗi giá trị 1	Chuỗi giá trị 2	Chuỗi giá trị 3	(...)
Tiêu chí 1					
Tiêu chí 2					
Tiêu chí 3					
Tiêu chí 4					
(...)					
Tổng điểm (hoặc điểm trung bình)					

Việc đánh giá và chấm điểm các tiêu chí cần thiết phải dựa trên các bằng chứng có giá trị. Dữ liệu và thông tin được sử dụng phục vụ hoạt động đánh giá và chấm điểm các tiêu chí có thể rất khác nhau, dựa vào thời gian và nguồn lực được phân bổ cho công việc. Các nhà nghiên cứu trước hết phải xác định xem có thể dựa vào dữ liệu có sẵn (thứ cấp) hay phải thực hiện phỏng vấn các tác nhân để có thêm thông tin (sơ cấp) và các nhìn nhận một cách sâu sắc. Đặc biệt, các tác nhân sẽ chỉ tham gia khi dữ liệu đã được thu thập, phân tích và sử dụng để chấm điểm xong các chuỗi giá trị khác nhau. Khi đó, các tác nhân sẽ đưa ý kiến xác minh, hoặc chia sẻ ý kiến của họ về kết quả chấm điểm và xếp hạng chuỗi giá trị.

8. FAO, 'Phân tích thị trường và chuỗi giá trị của một số ngành được lựa chọn cho hoạt động đa dạng hóa kinh tế nông thôn và trao quyền kinh tế cho phụ nữ', Tổ chức Lương thực và Nông nghiệp của Liên Hợp Quốc (FAO), Budapest, 2018, <http://www.fao.org/3/i8909en/i8909en.pdf>

Một cách tiếp cận khác để đánh giá và chấm điểm chuỗi giá trị là dựa trên kiến thức và quan điểm của một nhóm người cung cấp thông tin và các tác nhân chủ chốt. Những thành viên này sẽ thảo luận và thống nhất về việc chấm điểm cho mỗi chuỗi. Lựa chọn này sẽ kém chặt chẽ nhưng lại nhanh chóng hơn, ít chi phí và các tác nhân sẽ dễ tham gia hơn là cách dựa trên dữ liệu. Các tác nhân cũng có thể được đại diện trong nhóm chịu trách nhiệm cho hoạt động chấm điểm chuỗi giá trị.

Các ví dụ được trình bày ở Hộp 6 và 7 sẽ đưa ra các cách khác nhau khi thực hiện chấm điểm chuỗi giá trị.

Hộp 6: Chấm điểm và xếp hạng các chuỗi giá trị ở miền Đông In-đô-nê-si-a dựa vào tiềm năng sinh lợi cho người nghèo

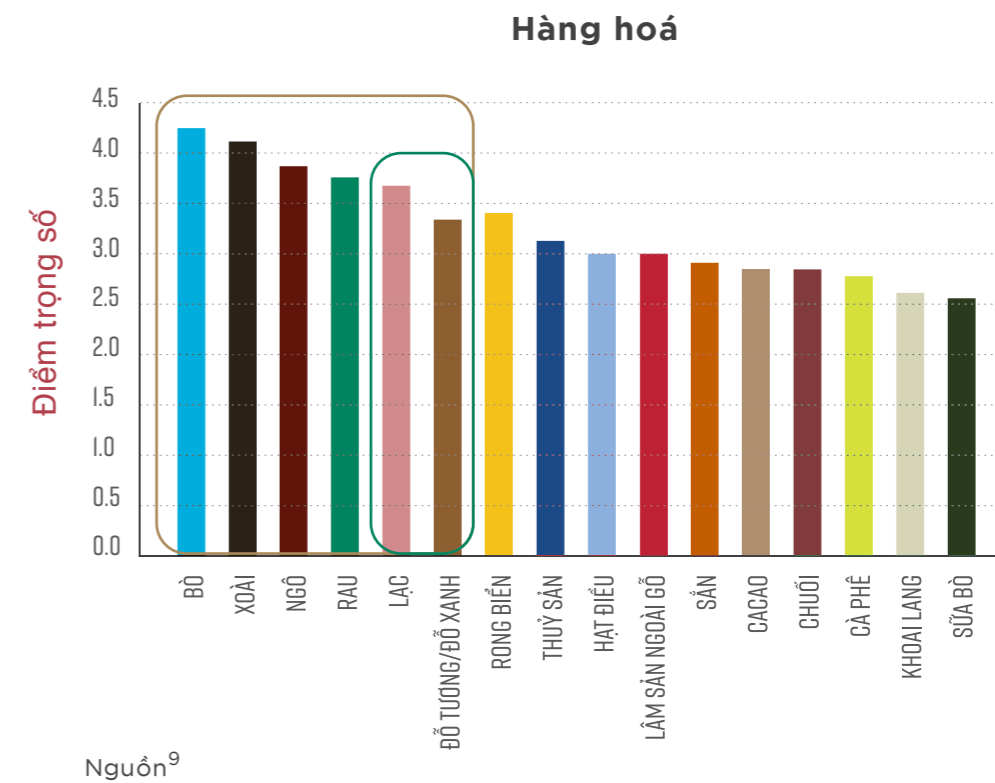
Dự án Cơ hội Phát triển Kinh doanh Nông nghiệp miền Đông In-đô-nê-si-a đưa ra một ví dụ thú vị về phương thức tiếp cận kỹ lưỡng cho hoạt động chấm điểm cho các chuỗi giá trị, dựa trên xem xét một cách toàn diện các dữ liệu thứ cấp hiện có kết hợp với tham vấn các tác nhân.

Một nhóm các nhà tư vấn và nghiên cứu ở địa phương đã mất khoảng vài tháng để xem xét tình hình kinh tế xã hội tại ba tỉnh mục tiêu của dự án và thực hiện các nghiên cứu dữ liệu thứ cấp của 16 ngành hàng tiềm năng. Cùng thời gian ấy, điều phối viên dự án người In-đô-nê-si-a đã tổ chức nhiều cuộc họp tại những huyện được lựa chọn trong ba tỉnh để giới thiệu dự án đến chính quyền địa phương và thu thập các ý kiến chuyên sâu về các ngành hàng đang được ưu tiên tại tỉnh và huyện.

Sau đó, một hội thảo xác định chuỗi giá trị ưu tiên được tổ chức tại Bali. Cán bộ nông nghiệp và khuyến nông địa phương đã tham gia cùng với nhóm cán bộ dự án và nhóm cố vấn để xem xét bàn thảo những tiêu chí lựa chọn, đánh giá dữ liệu thu thập được và thảo luận về các ngành hàng được ưu tiên. Sau buổi hội thảo, nhóm cố vấn của dự án Cơ hội Phát triển Kinh doanh Nông nghiệp miền Đông In-đô-nê-si-a kết luận rằng dựa trên các thông tin sẵn có, đã xác định được bò thịt và xoài là hai trong năm ngành hàng cần được chọn lựa cho phân tích chuỗi giá trị chuyên sâu.

Ngay sau đó, nhóm cán bộ dự án đã tổ chức một buổi hội thảo khác để trình bày một ma trận chấm điểm sơ bộ cho Nhóm Cố Vấn cũng như các điều chỉnh cho các quyết định chấm điểm. Thang điểm từ 1 đến 5 đã được sử dụng để đánh giá mức độ phù hợp của các chuỗi giá trị tiềm năng đối với các tiêu chí lựa chọn khác nhau, với số điểm cuối cùng cho mỗi chuỗi là điểm trung bình có trọng số tính từ các điểm số của các tiêu chí riêng lẻ. Sau một vài chỉnh sửa cho ma trận, Nhóm Cố Vấn đã lựa chọn năm ngành hàng có điểm số cao nhất và ba nhóm cây trồng thuộc nhóm cây họ đậu để nghiên cứu thêm. Điểm số và kết quả xếp hạng cuối cùng được trình bày trong sơ đồ bên dưới.

Nguồn⁷



Hộp 7: Chấm điểm các chuỗi giá trị trong 3 vùng tại Albania dựa theo tiềm năng giảm nghèo và trao quyền cho phụ nữ

Dự án của Tổ chức Lương thực và Nông nghiệp FAO ở Albania, Nâng cao Trao quyền Kinh tế cho Phụ nữ Nông thôn thông qua hoạt động Đa dạng hóa Thu nhập (Xem thông tin tại Hộp 5) dựa trên dữ liệu thứ cấp và sơ cấp để sắp xếp thứ tự ưu tiên các chuỗi giá trị tại ba vùng của Albania. Từ danh sách gồm tám chuỗi giá trị, ba chuỗi được lựa chọn để nghiên cứu và phân tích thêm.

Trước tiên, hai chuyên gia cấp quốc gia đã thực hiện đánh giá tổng quan từ dữ liệu sẵn có về các ngành và tiểu ngành tiềm năng. Mục đích là để hiểu biết hơn về thị trường và động thái của chuỗi giá trị, các tác nhân liên quan, hạn chế và thách thức cũng như vai trò của phụ nữ.

Những chuyên gia này cũng đã thực hiện một loạt phỏng vấn các đối tượng nắm thông tin chủ chốt và tư vấn tập trung vào cơ hội nghề nghiệp cho phụ nữ vùng nông thôn và đa dạng hóa thu nhập hộ gia đình trong tám chuỗi tiềm năng. Tổng cộng 28 người cung cấp thông tin bao gồm các chuyên gia cấp quốc gia, cán bộ địa phương, người tham gia chuỗi giá trị và đại diện từ các tổ chức xã hội dân sự, được tham vấn thông qua các cuộc họp bàn tròn chính thức, qua thảo luận nhóm và phỏng vấn.

Dữ liệu thu thập được đã cung cấp cơ sở cho hoạt động chấm điểm chuỗi giá trị. Các chuỗi được chấm điểm từ 1 đến 5 cho mỗi tiêu chí lựa chọn, điểm số cuối cùng được tính là trung bình có trọng số từ các điểm số của các tiêu chí riêng lẻ. Như thể hiện trong ma trận dưới đây, thảo dược và cây hương liệu xếp hạng nhất, nghề nuôi ong hạng nhì và thực phẩm truyền thống và chất lượng cao xếp hạng ba.

9. Eastern Indonesia agribusiness development opportunities – socioeconomic review and prioritisation of lead commodities, Final report, Australian Centre for International Agricultural Research (ACIAR), 31 July 2012, https://ei-ado.aciar.gov.au/commodity-selection/commodity-prioritisation.html#quicktabs-tabs_commodity_prioritisation=1



Chăm điểm các chuỗi giá trị ở vùng Berat, Vlora và Korça

	Trọng số (%)	Thảo dược và cây mùi thơm	Nghề nuôi ong	Thực phẩm truyền thống và chất lượng cao	Du lịch nông thôn và nông nghiệp	Cá hồi và nuôi trồng thủy sản	Dầu oliu và xà phòng	Thủ công mỹ nghệ (lên hữu cơ)	Sản xuất bơ sữa
Nhu cầu và tiềm năng thị trường	20	5	5	4	4	4	3	2	3
Khả năng tiếp cận của cộng đồng	20	5	4	3	3	3	4	2	4
Xếp hạng ưu tiên quốc gia	10	5	3	3	4	4	4	2	3
Cơ hội can thiệp	25	5	5	4	2	2	2	3	2
Liên quan tới trao quyền cho phụ nữ	25	4	3	5	3	2	2	4	2
TỔNG CỘNG	100	4.8	4.1	4.0	3.1	2.8	2.8	2.8	2.7

Nguồn¹⁰

10. *Market and Value Chain Analysis of Selected Sectors for Diversification of the Rural Economy and Women's Economic Empowerment, Food and Agriculture Organization of the United Nations (FAO)*, Budapest, 2018, <http://www.fao.org/3/I8909EN/18909en.pdf>

Những Điều Cần Biết sau khi Hoàn Thành Phân Tích

Sau khi hoàn thành các bước sắp xếp thứ tự ưu tiên thì cần xác định một danh sách các chuỗi giá trị có khả năng cạnh tranh và tiềm năng sinh lợi cho cộng đồng mục tiêu để phục vụ cho hoạt động phân tích và phát triển.



Ớt là một trong những chuỗi giá trị chủ đạo tại In-đô-nê-si-a.
Ảnh: Oikoi

Phát triển chuỗi giá trị bò thịt mang tính cạnh tranh và hiệu quả đã giúp hàng ngàn nông hộ nghèo tại miền Đông In-đô-nê-si-a sinh lợi.
Ảnh: ConorAshleigh-©2017-Indonesia



Sự phát triển nhanh chóng của các chuỗi giá trị rau trong nước và xuất khẩu đã giúp hàng ngàn nông hộ nhỏ cải thiện thu nhập đáng kể.
Ảnh: ACIAR/Vietnam



Giới Thiệu

Sau khi lựa chọn các chuỗi giá trị ưu tiên để phân tích (Công cụ 1), bước tiếp theo là lập một bộ “sơ đồ” hay các biểu đồ cơ sở cho hệ thống chuỗi giá trị.

Việc lập sơ đồ chuỗi giá trị nhằm phục vụ nhiều mục đích: có thể hướng dẫn thu thập dữ liệu, dùng để phân tích, truyền tải các thông tin và truyền đạt những kết quả quan trọng, hỗ trợ thiết kế và đánh giá các can thiệp. Do thường được mô tả như một quá trình tổng hợp thông tin để cho ra kết quả là một biểu đồ chuỗi, lập sơ đồ chuỗi giá trị cũng có thể được coi như một công cụ để nâng cao hiểu biết sơ bộ về các phương diện chính của chuỗi giá trị, sau đó là phục vụ cho phân tích chuyên sâu hơn.

Lập sơ đồ là trình bày một cách trực quan những công đoạn, quy trình, tác nhân, hoạt động, các luồng và các ảnh hưởng ngoại cảnh liên quan tới việc chuyển đổi các đầu vào sản xuất thành các nông sản, cho đến tiêu dùng tại các thị trường cuối cùng. Một sơ đồ chuỗi giá trị thường thể hiện các công đoạn giúp chuyển đổi vật tư đầu vào thành một mặt hàng hoặc sản phẩm trong một phân khúc thị trường theo đường đi của sản phẩm một cách đơn giản. Tuy vậy, trong nhiều trường hợp có thể vẫn cần trình bày cả những quá trình và các luồng hàng hóa hay sản phẩm ở nhiều thị trường và các phân khúc phức tạp.

Ba kết quả đầu ra chính của việc lập sơ đồ:

1. Một sơ đồ chuỗi giá trị;
2. Một bảng tóm lược chuỗi giá trị; và
3. Các bản đồ địa lý của chuỗi giá trị.

Sắn tươi được vận chuyển và tháo dỡ tại nhà máy tinh bột tại Tây Lào để chế biến và xuất khẩu sang Trung Quốc.
Ảnh: FocusGroupGo/Rodd Dyer



Những kết quả đầu ra này giúp các nhà nghiên cứu và các tác nhân hình dung và hiểu rõ hơn về các quá trình phức tạp của sản xuất, chuyển đổi, các hệ thống thị trường và những mối quan hệ qua lại của các tác nhân. Việc lập sơ đồ cũng giúp hình dung ra vị trí của những nhóm mục tiêu trong chuỗi giá trị, vai trò họ đảm nhiệm và xác định các trở ngại và giải pháp tiềm năng cho toàn chuỗi.

Lập sơ đồ chuỗi giá nhằm nắm bắt và trình bày thông tin về những vấn đề then chốt sau:

- Các phân khúc thị trường và thị trường cuối cùng là gì?
- Những quy trình, công đoạn chính của chuỗi giá trị là gì?
- Những tác nhân nào tham gia vào các quy trình, công đoạn đó? Họ ở đâu? Vai trò của họ trong chuỗi là gì? Có bao nhiêu tác nhân?
- Mỗi công đoạn, quy trình được thực hiện trong mỗi quá trình là gì? Do ai tiến hành?
- Luồng sản phẩm, số lượng, giá trị, và lợi nhuận dọc theo chuỗi là gì?
- Thông tin và kiến thức được trao đổi như thế nào trong chuỗi giá trị?

Việc thiết lập sơ đồ chuỗi giá trị mang tính bao trùm sẽ có trọng tâm nghiên cứu các vấn đề về phụ nữ và nam giới, người nghèo hay các nhóm yếu thế khác, như là:

- Vị trí của người nghèo và các nhóm mục tiêu khác ở đâu trong chuỗi giá trị? Vị trí và vai trò của họ? Số lượng bao nhiêu?
- Phụ nữ và nam giới đang ở vị trí nào trong chuỗi giá trị? Số lượng bao nhiêu? Những vai trò nào chủ yếu do phụ nữ hay nam giới đảm nhiệm, hay do cả hai giới là gì?
- Ai là người nắm giữ quyền hạn và ảnh hưởng trong các tác nhân và nhóm mục tiêu?
- Những thị trường và dịch vụ hỗ trợ bên ngoài nào ảnh hưởng tới chuỗi giá trị?
- Những trở ngại chính và cơ hội cho các công đoạn chuỗi giá trị và thị trường cuối cùng khác nhau là gì? Ở vị trí nào trong chuỗi thì phụ nữ và nam giới bị ảnh hưởng hay được hưởng lợi nhiều nhất?
- Các luồng sản phẩm, các công đoạn, tác nhân và thị trường cuối cùng được phân bổ theo địa lý như thế nào?

Mục Tiêu

Lập sơ đồ chuỗi giá trị là nhằm tạo ra biểu đồ hay trình bày bằng hình ảnh cho hệ thống chuỗi giá trị, bao gồm các yếu tố chính sau:

1. Các công đoạn liên kết với nhau, các tác nhân và sự ảnh hưởng - cả bên trong và bên ngoài chuỗi;
2. Luồng sản phẩm, khối lượng và giá trị;
3. Những luồng lưu thông về mặt địa lý (không gian) của sản phẩm từ đầu vào cho đến tiêu dùng cuối cùng;
4. Vị trí, vai trò và tình trạng của cả hai giới, người nghèo, các nhóm thiểu số và các nhóm mục tiêu khác; và
5. Những khó khăn, trở ngại và giải pháp ở những cấp độ khác nhau trong chuỗi giá trị và sự liên quan tới nhóm mục tiêu.



Ghi chú

Các phương diện của quá trình lập sơ đồ mà công cụ này đưa ra cũng sẽ xuất hiện ở các công cụ khác trong sách hướng dẫn. Sự khác biệt trong xử lý giữa công cụ lập sơ đồ này và các công cụ được trình bày ở các phần sau nằm ở nghiên cứu chuyên sâu. Công cụ lập sơ đồ được thiết kế nhằm mang lại hiểu biết tổng quan ban đầu về chuỗi giá trị. Tổng quan ban đầu này sẽ được dùng để hướng dẫn phân tích chi tiết hơn chuỗi giá trị, dựa trên những công cụ được trình bày ở các phần sau của cuốn sách.

Các Bước Tiến Hành

Bước 1 Sơ đồ hóa các bước của quá trình và các kênh thị trường

Đây là bước đầu tiên mô tả những công đoạn chính trong các chuỗi giá trị từ cung cấp đầu vào, sản xuất, thu gom và vận chuyển, chế biến, bán buôn, bán lẻ và xuất khẩu cho đến tiêu thụ sản phẩm cuối cùng tại các thị trường khác nhau.

Một gợi ý sơ bộ là hãy định rõ tối đa sáu hay bảy công đoạn chính mà theo đó nguyên liệu thô đi qua, trước khi đến giai đoạn tiêu thụ cuối cùng, bao gồm cả việc cung ứng đầu vào (ví dụ: phân bón, giống, thuốc trừ sâu) để sản xuất ra nguyên liệu thô. Những công đoạn chính này sẽ khác nhau, phụ thuộc vào đặc điểm và thị trường cuối của các chuỗi được lập sơ đồ: các sản phẩm công nghiệp trải qua những công đoạn khác so với dịch vụ hay sản phẩm nông nghiệp. Ví dụ ở Hình 1 cho thấy một chuỗi giá trị tương đối đơn giản với một sản phẩm cuối cùng (thức ăn chăn nuôi) được sản xuất từ nguyên liệu thô (ngô).

Thức ăn chăn nuôi sử dụng một phần đáng kể sản lượng ngô ở vùng Tây Bắc, Việt Nam. Ngô mà các nông hộ trồng, được những công ty quy mô vừa và lớn chế biến làm thức ăn chăn nuôi, sau đó bán cho các hộ chăn nuôi gia súc thông qua một mạng lưới các nhà bán buôn và bán lẻ. Theo ví dụ, những công đoạn chính trong chuỗi giá trị thức ăn chăn nuôi được trình bày ở biểu đồ dưới đây theo dạng sơ đồ.



Hình 1. Ví dụ các bước lập sơ đồ các công đoạn chính

Ở nhiều chuỗi giá trị, từ nguyên liệu thô ban đầu có thể sản xuất ra nhiều sản phẩm khác nhau, mỗi sản phẩm có thể theo những công đoạn khác nhau, qua các kênh thị trường khác nhau để tới nhiều điểm tiêu thụ và thị trường cuối khác nhau. Trong những trường hợp này, sơ đồ của các công đoạn sẽ phức tạp hơn, tập hợp đồng thời nhiều công đoạn và thị trường cuối. Một ví dụ về loại hình chuỗi giá trị này là chuỗi giá trị sắn, với sản phẩm cuối cùng có thể là sắn thái lát làm thức ăn chăn nuôi, hay tinh bột sắn dùng cho nhiều mục đích khác nhau.

Với trường hợp này, trước hết cần xác định các thị trường cuối và kênh thị trường khác nhau trước khi tiến hành thực hiện khảo sát chúng kỹ càng hơn ở Bước 2.



Ngô trồng tại miền Bắc Việt Nam và Lào được tập kết, tách hạt và sấy khô tại tỉnh Sơn La trước khi vận chuyển đến các nhà máy thức ăn chăn nuôi gần Hà Nội.
Ảnh: FocusGroupGo/Rodd Dyer

Bước 2 Xác định và lập sơ đồ các tác nhân

Bước tiếp theo là xác định những tác nhân chính - những nhóm người với các chức năng khác nhau trong chuỗi giá trị. Câu hỏi then chốt ở đây là: ai là người có liên quan trong các công đoạn của quá trình này và thực chất họ làm gì? Chức năng và vai trò của họ là gì? Mỗi nhóm tác nhân được phân ra các phân nhóm chính nào? Phụ nữ, nam giới thực hiện riêng hay cùng nhau chia sẻ những công đoạn nào?

Một cách phân loại trực tiếp là phân loại tác nhân dựa trên các ngành nghề chính của họ. Thông thường, những tác nhân chuỗi giá trị bao gồm những người cung cấp vật tư đầu vào, sản xuất, thu gom, thương lái, chế biến, bán buôn, xuất khẩu, nhập khẩu, và bán lẻ.

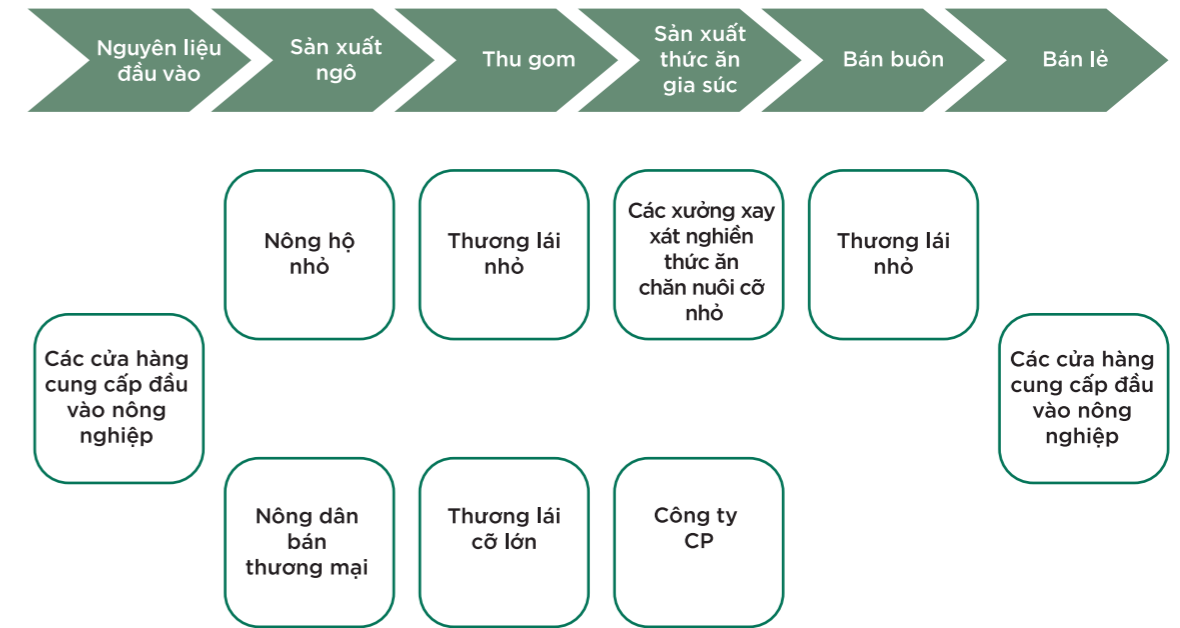
Có thể phân loại các tác nhân thành những phân nhóm khác nhau để nắm bắt thông tin đa dạng, đa sắc thái hơn. Để phát triển các chuỗi giá trị vì người nghèo và bao trùm thì càng cần làm tốt bước này. Ví dụ về việc chia các nhóm khác nhau là:

- Chia theo giới (phụ nữ và nam giới)
- Chia theo dân tộc (dân tộc chiếm đa số và các dân tộc ít người)
- Chia theo thu nhập, nhóm kinh tế-xã hội, hay tình trạng nghèo đói (nghèo, trung bình, khá)
- Chia theo quy mô kinh doanh (rất nhỏ, nhỏ, vừa, lớn)
- Chia theo tình trạng pháp lý
- Chia theo mức độ xa hay gần với thị trường

Một điều quan trọng cũng cần lưu ý là một số tác nhân có thể thực hiện nhiều hơn một chức năng. Ví dụ, có những nông dân có thể đồng thời là người thu gom, thương lái và thậm chí có thể bán nguyên liệu đầu vào cho các nông dân khác.

Khi lồng ghép yếu tố xã hội, giới hay vì người nghèo, điều quan trọng là cần xác định vị trí của các nhóm đó tại những công đoạn hay cấp độ khác nhau trong chuỗi giá trị. Trong các chuỗi giá trị nông nghiệp, có giả thiết rằng người nghèo là những người sản xuất ra sản phẩm thô sơ, nhưng trên thực tế họ có thể đảm nhiệm nhiều vai trò khác như vừa là người đi làm thuê vừa là người tự sản xuất. Tương tự, phụ nữ và những nhóm yếu thế khác có thể tập trung ở những cấp độ thấp hơn trong chuỗi giá trị hay đóng những vai trò hỗ trợ ít được nhận ra hơn. Trong một số trường hợp, phụ nữ và nam giới có thể ở cùng một nhóm (ví dụ nhóm nông dân, nhóm thương lái) nhưng lại có những vị trí, vai trò khác nhau về mặt ảnh hưởng và quyền lực. Nhận ra những khác biệt này là điều thiết yếu vì chúng có thể ảnh hưởng tới nhu cầu, cơ hội và trở ngại của họ.

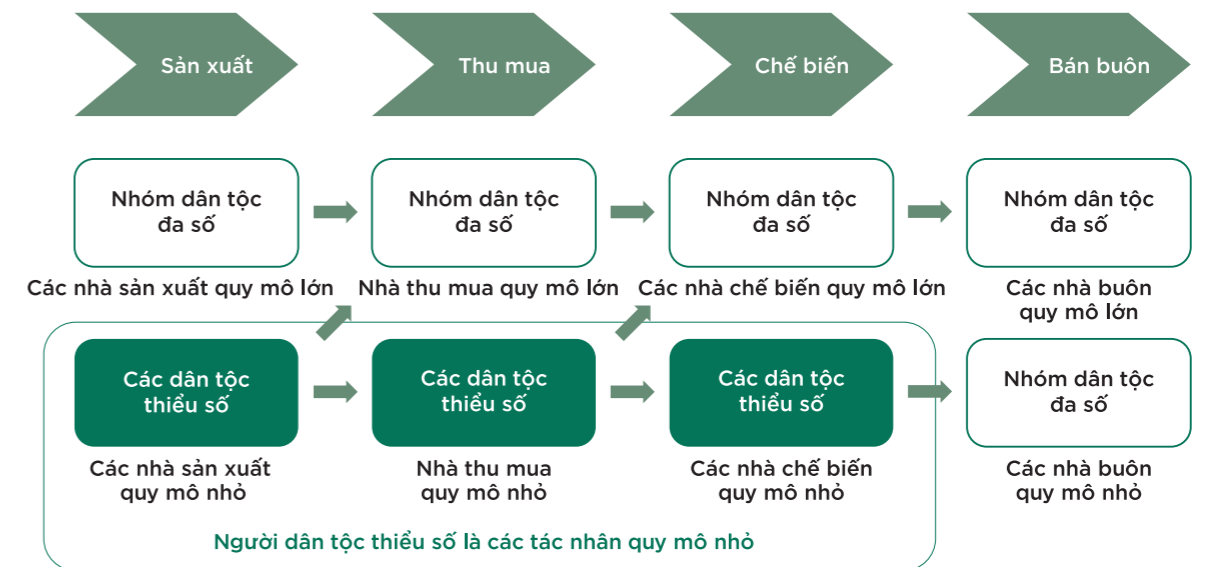
Những tác nhân liên quan tới từng công đoạn được thể hiện trong **Sơ đồ Chuỗi Giá Trị**. Các tác nhân khác nhau trong một công đoạn đơn lẻ có thể đại diện cho những kênh thị trường khác nhau, như trong Hình 2, chuỗi giá trị ngô.



Hình 2. Hợp nhất các kênh thị trường và các tác nhân vào một Sơ Đồ Chuỗi Giá Trị

Dùng màu khác nhau cho các công đoạn thực hiện bởi nam giới và phụ nữ có thể là một cách đơn giản, hữu ích giúp nhận biết rõ vai trò của phụ nữ, cũng như các hoạt động của họ trong các công đoạn khác nhau của chuỗi. Tương tự, có thể áp dụng cách này cho các nhóm xã hội khác nhau, trong cùng một chuỗi giá trị.

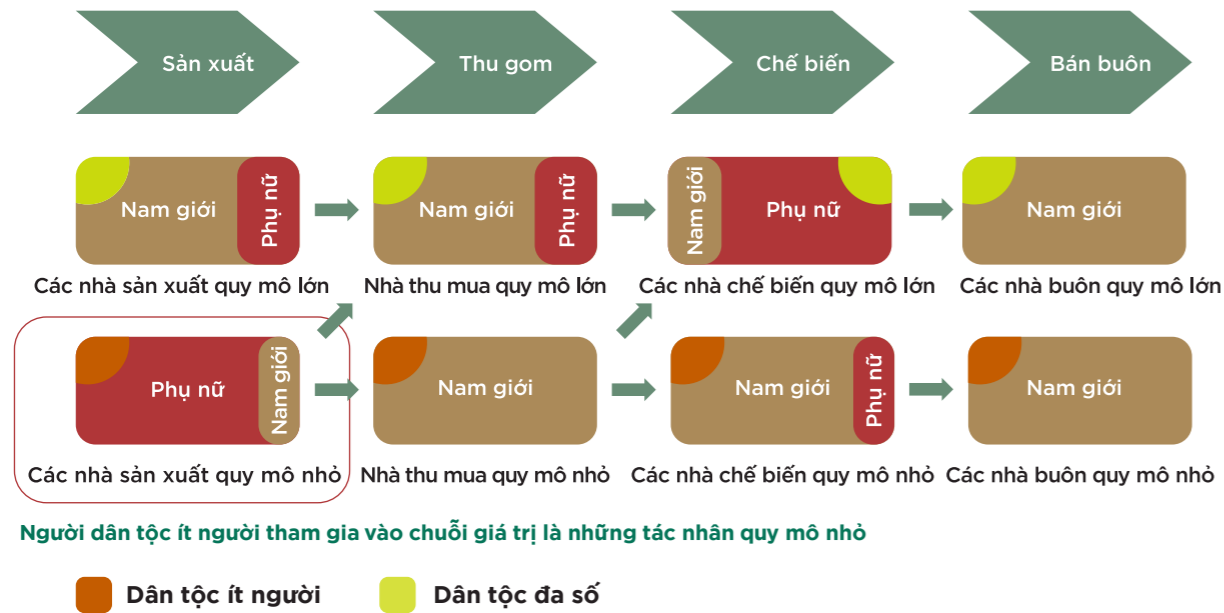
Hình 3 dưới đây cho thấy việc đưa các yếu tố bao trùm xã hội vào việc lập sơ đồ như thế nào. Trong chuỗi giá trị này, những nhóm dân tộc ít người là những nhóm yếu thế. Họ sở hữu ít đất đai, sống ở vùng sâu vùng xa, nghèo hơn so với nhóm dân tộc chiếm đa số.



Hình 3. Ví dụ giả lập về việc sơ đồ hóa các tác nhân và các hoạt động có tính đến yếu tố bao trùm xã hội

Ở hình trên, nhóm dân tộc ít người tập trung ở các hoạt động quy mô nhỏ. Trong trường hợp này, nếu dự án chuỗi giá trị chỉ tập trung vào các hoạt động can thiệp với tác nhân ở quy mô lớn thì những người thuộc nhóm dân tộc ít người sẽ bị loại ra, sẽ làm tăng thêm khoảng cách giàu nghèo giữa họ và nhóm đa số.

Hình 4 thể hiện một ví dụ ứng dụng lồng ghép giới và yếu tố bao trùm xã hội khi lập sơ đồ.



Người dân tộc ít người tham gia vào chuỗi giá trị là những tác nhân quy mô nhỏ

Hình 4. Ví dụ giả lập về trường hợp chuỗi giá trị sản ở miền Bắc, Việt Nam

Trong Hình 4, phụ nữ thuộc nhóm dân tộc chiếm đa số tham gia tích cực vào hầu hết các hoạt động của chuỗi giá trị, mặc dù họ đóng vai trò hỗ trợ chứ không phải vai trò lãnh đạo. Ngược lại, phụ nữ dân tộc ít người chỉ tập trung trong sản xuất quy mô nhỏ (xem vùng khoanh tròn đỏ). Khi lên kế hoạch dự án, điều quan trọng là cần phát triển các can thiệp dành cho những nhà sản xuất quy mô nhỏ, là nơi có phụ nữ dân tộc ít người tham gia.

Các tác nhân trong Bảng Chuỗi Giá Trị ở dòng thứ hai, là những người thực hiện các bước của công đoạn chính thể hiện ở dòng thứ nhất của bảng.

Bảng 1. Đưa các bước của công đoạn và tác nhân cốt lõi vào Bảng Chuỗi Giá Trị					
Bước công đoạn	Sản xuất	Thu gom	Chế biến	Bán buôn	Bán lẻ
Tác nhân	Các nông dân nữ	Quy mô nhỏ (phụ nữ và/hoặc nam giới)	Chế biến cấp hộ (phụ nữ và/hoặc nam giới)	Những người bán buôn (phụ nữ và/hoặc nam giới)	Những người bán lẻ truyền thống (phụ nữ và/hoặc nam giới)
	Các nông dân nam	Quy mô vừa (phụ nữ và/hoặc nam giới)	Chế biến theo hướng thương mại hóa (phụ nữ và/hoặc nam giới)		Người bán lẻ hiện đại (phụ nữ và/hoặc nam giới)
		Quy mô lớn (phụ nữ và/hoặc nam giới)			

Bước 3 Lập sơ đồ các hoạt động cụ thể thực hiện bởi các tác nhân khác

Bước này bao gồm việc phân chia các công đoạn cốt lõi thành những hoạt động cụ thể riêng biệt thực hiện bởi các tác nhân khác. Lập sơ đồ các hoạt động sẽ cho biết những lỗi hỏng hay những hoạt động trùng lặp ở đâu, liệu có khả năng nâng cấp hay không, hay những hoạt động nào có thể hướng tới để hỗ trợ tốt nhất cho phụ nữ và các nhóm khác.

Mỗi chuỗi giá trị đều có các công đoạn chính và hoạt động cụ thể riêng. Các hoạt động điển hình dành cho các nhà cung cấp đầu vào có thể bao gồm đặt hàng, đóng gói lại, marketing và giao hàng. Còn đối với người nông dân thì những hoạt động điển hình sẽ là mua đầu vào, canh tác, gieo trồng, làm cỏ, phun thuốc, thu hoạch, lưu kho, và bán sản phẩm. Với người thu gom, nhà bán buôn hay bán lẻ là thu mua, tập kết hàng, phân loại, làm sạch, xếp loại, đóng gói, vận chuyển và marketing.

Cần mô tả các hoạt động này với mỗi công đoạn và mỗi phân nhóm tác nhân (ví dụ xem bảng 2). Khi lồng ghép yếu tố xã hội, điều quan trọng là cần định rõ xem các nhóm tác nhân khác nhau tập trung ở các hoạt động và công đoạn nào. Trong khi đó, ứng dụng lăng kính giới để kiểm nghiệm xem những công đoạn, hoạt động cụ thể nào được tiến hành chủ yếu bởi phụ nữ, hay nam giới, hay cả hai giới một cách bình đẳng.

Bảng 2. Bảng Chuỗi Giá Trị trình bày các công đoạn, tác nhân và hoạt động					
Công đoạn	Sản xuất	Thu gom	Chế biến	Bán buôn	Bán lẻ
Tác nhân	Các nông dân nữ Các nông dân nam	Quy mô nhỏ Quy mô vừa Quy mô lớn	Chế biến tại gia Chế biến thương mại	Các nhà bán buôn	Người bán lẻ truyền thống Người bán lẻ hiện đại
Hoạt động	Các hoạt động của nông dân nữ: Các hoạt động của nông dân nam:	Các hoạt động thu gom quy mô nhỏ: Các hoạt động thu gom quy mô vừa: Các hoạt động thu gom quy mô lớn:	Các hoạt động chế biến tại gia: Các hoạt động chế biến thương mại:	Các hoạt động bán buôn:	Các hoạt động bán lẻ truyền thống: Các hoạt động bán lẻ hiện đại:

Cần ghi nhớ rằng một số tác nhân có khả năng thực hiện nhiều chức năng ở các công đoạn khác nhau; do đó, cần miêu tả tất cả các hoạt động. Ví dụ, hoạt động của nữ giới có thể bao gồm: gieo trồng, tưới tiêu, làm cỏ và thu hoạch (các chức năng sản xuất); thu gom sản phẩm từ các nông dân khác (chức năng thu gom); và bán sản phẩm ở các chợ địa phương (chức năng bán lẻ).



Ghi chú

Việc chia nhỏ các công đoạn chính thành những hoạt động cụ thể sẽ rất hữu ích khi chúng ta chuyển sang bước phân tích chi phí, thu nhập và lãi (xem Công cụ 5). Các hoạt động được xem như là các điểm chi tiêu hoặc nơi đem lại lợi nhuận của các tác nhân trong chuỗi giá trị.

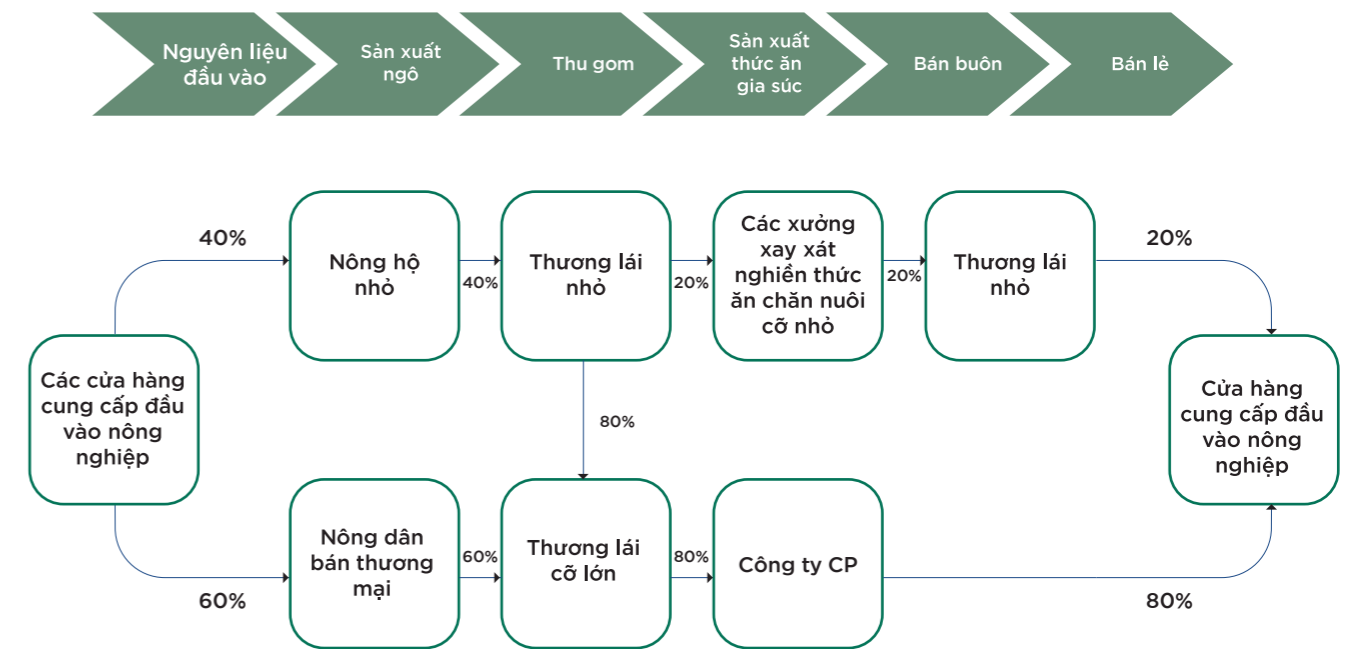
Bước 4
Lập sơ đồ luồng, hình thái và số lượng sản phẩm

Tiếp theo, có thể ước tính và lập ra các luồng và khối lượng sản phẩm được chuyển hóa từ nguyên liệu thô sang sản phẩm cuối cùng tại các thị trường chính cuối cùng. Khi đưa các sản phẩm và luồng sản phẩm này vào Bảng Chuỗi Giá Trị sẽ tạo nên một bức tranh rõ ràng về các loại hình sản phẩm được xử lý, chuyển hóa và vận chuyển tại mỗi công đoạn. Điều này đặc biệt hữu ích nếu nhà nghiên cứu muốn biết những công đoạn cần thiết để có được sản phẩm cuối cùng.

Bảng 3. Ví dụ các luồng sản phẩm trong chuỗi giá trị lợn thịt ở Bến Tre, Việt Nam

Công đoạn	Đầu vào để sản xuất lợn nái - lợn con	Sản xuất lợn nái - lợn con	Vỡ béo	Thu mua	Chế biến	Tiêu thụ
Loại sản phẩm đầu vào		Thức ăn, thuốc thú y, lợn nái được thay thế	Lợn con	Lợn vỡ béo	Lợn vỡ béo	Thịt và sản phẩm nội tạng
Loại sản phẩm đầu ra	Thức ăn, thuốc thú y, thay thế lợn nái	Lợn con	Lợn vỡ béo	Lợn vỡ béo	Thịt và sản phẩm nội tạng	

Khối lượng sản phẩm được mô tả bằng con số tuyệt đối (tấn) hay tương đối (%), tùy theo điều kiện thông tin, nhưng thường là chỉ số ước lượng. Các mũi tên biểu thị khối lượng hay tỉ trọng sản phẩm ở mỗi cấp độ của công đoạn chính, giữa các tác nhân khác nhau được thể hiện trong Sơ đồ Chuỗi Giá Trị. Điều này sẽ cho thấy quy mô tương đối của các kênh thị trường khác nhau trong chuỗi giá trị. Ví dụ tiếp theo (Hình 5) chỉ ra tỉ lệ sản phẩm so với tổng khối lượng của sản phẩm phân theo mỗi nhóm.



Hình 5. Một ví dụ về đưa các tỷ lệ sản phẩm vào Sơ Đồ Chuỗi Giá Trị

Bước 5 Lập sơ đồ giá trị sản phẩm

Có thể dùng đơn giá sản phẩm (như đô la/kg) ở mỗi bước trong các công đoạn của chuỗi để sơ đồ hóa giá trị. Cụ thể hơn, sự khác biệt trong đơn giá ở các công đoạn biểu thị của sự gia tăng giá dọc theo chuỗi. Khi nhân đơn giá với lượng sản phẩm ước lượng có thể tính được giá trị tăng lên bằng tiền ở mỗi bước trong chuỗi.

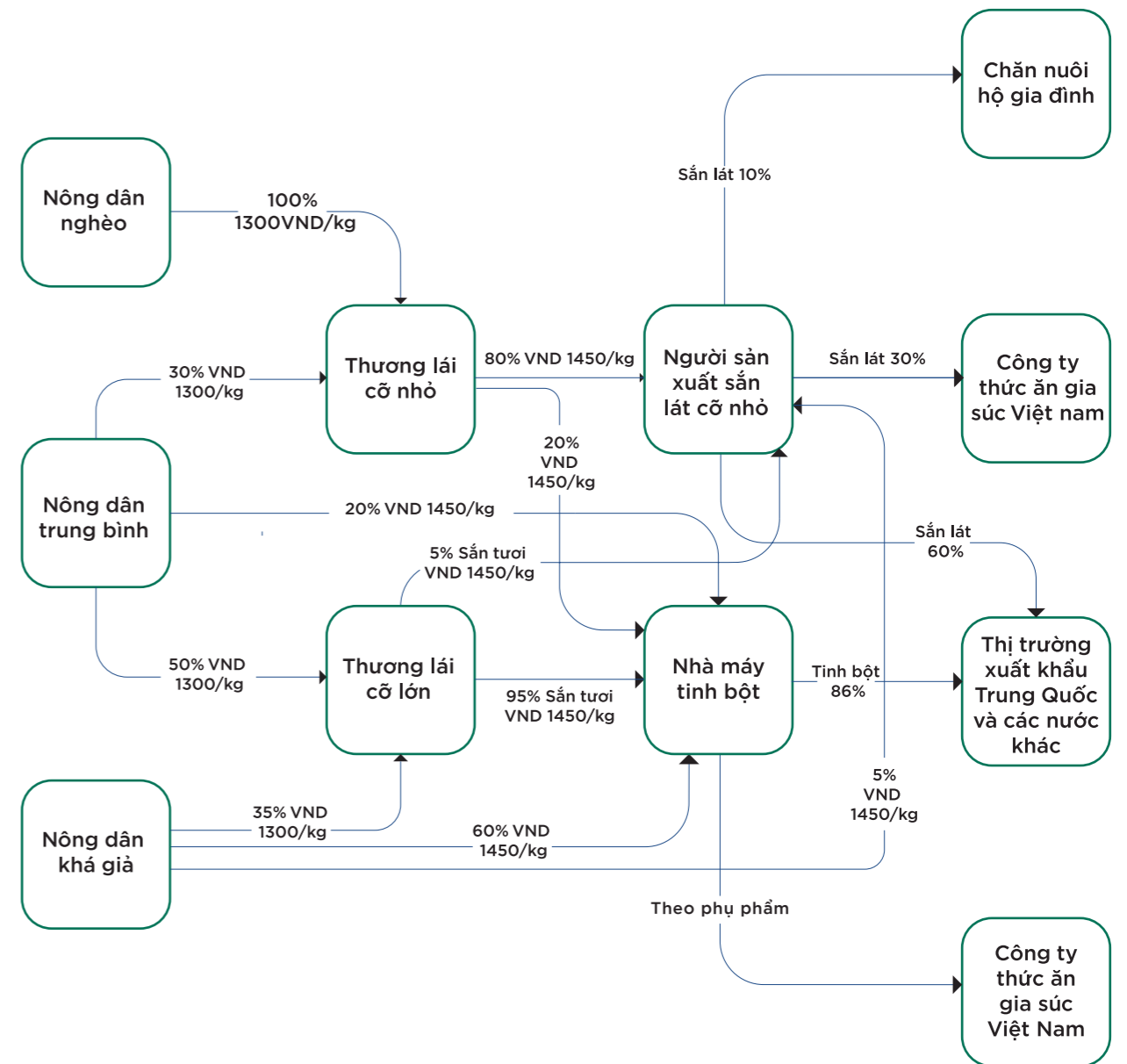
Tuy nhiên, những chỉ số giá này không cho chúng ta biết gì về chi phí sản xuất và phân bổ, và do đó cũng không thể dùng để tính toán lợi nhuận hay thu nhập ròng. Những vấn đề này sẽ được thảo luận chi tiết hơn ở Công cụ 6.

Bảng 4. Giá, chi phí và giá trị gia tăng theo chuỗi giá trị sản tươi (đô la/tấn), Kratie/ Tây Ninh 2-16-2017					
	Giá mua	Chi phí	Giá bán	Tổng lợi nhuận	Lợi nhuận thuần
Nông dân Campuchia		45.74	50.80	50.80	5.06
Tiểu thương Campuchia	50.80	1.00	54.11	3.31	2.31
Thương lái lớn Campuchia	54.11	3.51	61.84	7.73	4.22
Thương lái Việt Nam	61.84	6.76	75.09	13.25	6.49
Nhà máy Việt Nam	75.09				
Tổng giá trị thuần tăng thêm tại cửa nhà máy (đô la/tấn)					18.08

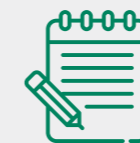
Nguồn: Ước lượng dựa trên thông tin thu được từ Thảo Luận Nhóm với Nông Dân Trồng Sắn ở Tỉnh Kratie (tháng Sáu năm 2016), từ các cuộc phỏng vấn những thương lái sắn cỡ nhỏ và cỡ lớn ở Tỉnh Kratie (06/2016), và các cuộc phỏng vấn những thương lái cùng với người môi giới tại Cửa khẩu Chang Riech và Cửa khẩu Xa Mat (04/2017)¹

Sơ Đồ Chuỗi Giá Trị có thể gồm cả giá trị sản phẩm thể hiện qua đơn giá, trình bày ở những mũi tên nối các tác nhân chuỗi giá trị, như ở Hình 6. Điều này khiến việc xác định sự chênh lệch của các đơn giá đầu vào và đầu ra của các nhóm tác nhân trở nên dễ dàng hơn (ví dụ nông hộ nhỏ và nông dân có tham gia hoạt động thương mại).

1. J. Newby và R. Cramb, 'Phát triển liên kết chuỗi giá trị nhằm cải thiện hoạt động sản xuất sắn tại các nông hộ nhỏ, tại Đông Nam Á', Tài liệu thảo luận số. 3, Tháng Năm, 2018.



Hình 6. Khối lượng, giá cả và loại hình sản phẩm trong một Sơ Đồ Chuỗi Giá Trị Sản Nguồn²



Ghi chú

Cần nhận biết rằng ở giai đoạn lập sơ đồ trong phân tích chuỗi giá trị, chúng ta biết rất ít thông tin chính xác về các chi phí ở những cấp độ công đoạn khác nhau. Nếu có đi chăng nữa thì ta chỉ có thể nắm bắt được thông tin về giá ở mỗi cấp độ, công đoạn.

2. J. Newby và R. Cramb, 'Phát triển liên kết chuỗi giá trị nhằm cải thiện hoạt động sản xuất sắn tại các nông hộ nhỏ, tại Đông Nam Á', Tài liệu thảo luận số. 3, Tháng Năm, 2018.

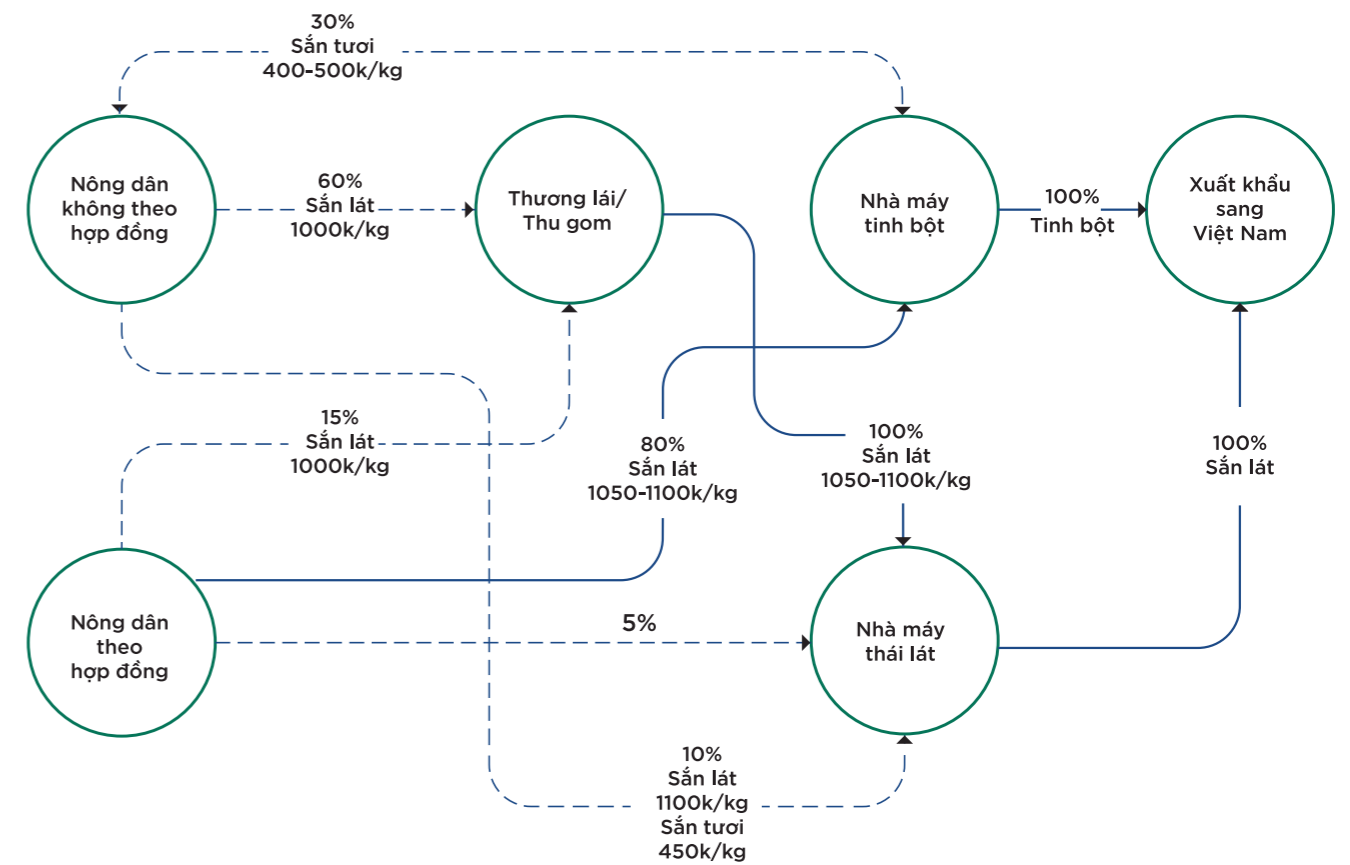
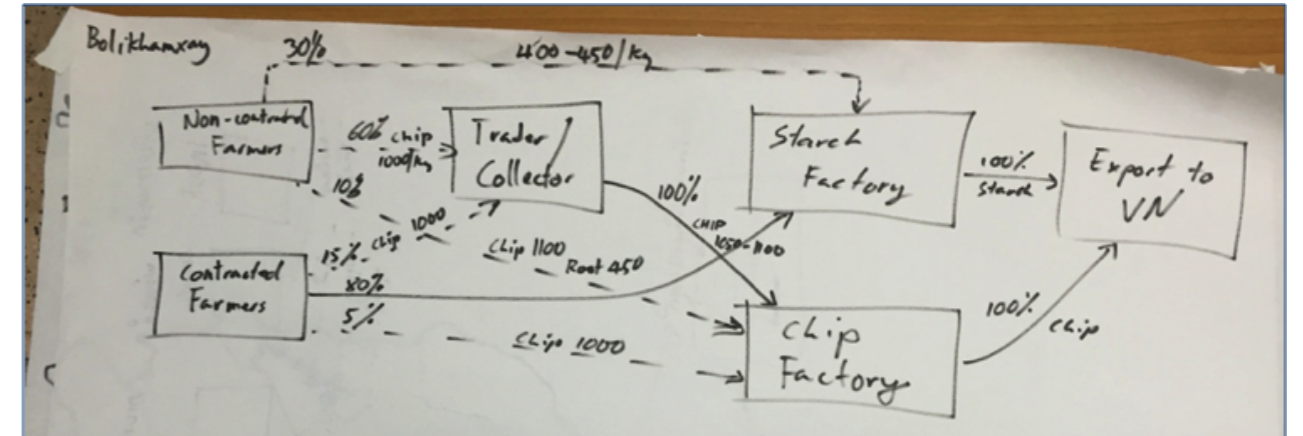
Bước 6 Lập sơ đồ các mối quan hệ và liên kết giữa các tác nhân

Lập sơ đồ các mối quan hệ và liên kết để mô tả cách thức tương tác và quá trình chuyển nhượng giữa các tác nhân với nhau. Những mối quan hệ theo chiều dọc tồn tại giữa các bước, các công đoạn khác nhau (ví dụ giữa người sản xuất và người kinh doanh). Những mối quan hệ theo chiều ngang tồn tại giữa các tác nhân ở cùng một bước một công đoạn (như nông dân với nông dân).

Sơ đồ hóa mối quan hệ hay liên kết giữa các tác nhân theo bốn phạm trù rộng là:

- Mối quan hệ của thị trường tại chỗ (hay thị trường tự do):** Đây là những quan hệ giao dịch phát sinh "tại chỗ". Người mua và người bán gặp nhau; thương lượng giá cả, số lượng và các yêu cầu khác; rồi tiến tới thỏa thuận (hoặc không). Đây chính là hình thức dàn xếp điều phối theo chiều dọc rất phổ biến trong các hệ thống mua bán sản phẩm nông nghiệp theo cách truyền thống tại các quốc gia đang phát triển.
- Quan hệ mạng lưới bền vững:** Hai tác nhân được coi là có quan hệ mạng lưới bền vững khi duy trì giao dịch với nhau qua một thời gian dài, có mức độ tin tưởng và phụ thuộc lẫn nhau cao. Có thể mối quan hệ mạng lưới bền vững này được chính thức hóa bởi các hợp đồng, nhưng cũng có thể không.
- Hội nhập theo chiều dọc:** Khái niệm này vượt ngoài định nghĩa về "mối quan hệ", vì cùng một tổ chức (có thể là doanh nghiệp hay hợp tác xã) được hội nhập theo chiều dọc, để thực hiện một số công đoạn khác nhau của chuỗi giá trị.
- Hội nhập theo chiều ngang:** Khái niệm này chỉ sự hợp tác giữa các tác nhân thực hiện cùng một công đoạn trong một chuỗi giá trị. Ví dụ như một hợp tác xã có cơ chế hội nhập giữa các nông dân với nhau.

Để lập sơ đồ mối quan hệ giữa các tác nhân, ta có thể thêm vào **Sơ Đồ Chuỗi Giá Trị** những dạng mũi tên và đường kẻ khác nhau. Hình 7 biểu thị Sơ Đồ Chuỗi Giá Trị cho cây sắn ở Cộng hòa Dân chủ Nhân dân Lào - phần trên cho thấy người tham gia hội thảo vẽ sơ đồ trên giấy A0, còn phần dưới là sơ đồ vẽ bằng ứng dụng DrawExpress. Sơ đồ bao gồm các thông tin về giá trị sản phẩm tại mỗi công đoạn trong chuỗi giá trị, tỉ lệ phần trăm của sản phẩm qua mỗi loại tác nhân, và loại quan hệ (bền vững hay nhất thời) giữa các tác nhân khác nhau.



Hình 7. Các Sơ Đồ Chuỗi Giá Trị hoàn chỉnh cho sản phẩm sắn tươi, sắn lát và tinh bột sắn - Đường kẻ chấm thể hiện quan hệ thị trường tại chỗ, đường kẻ liền thể hiện quan hệ bền vững.

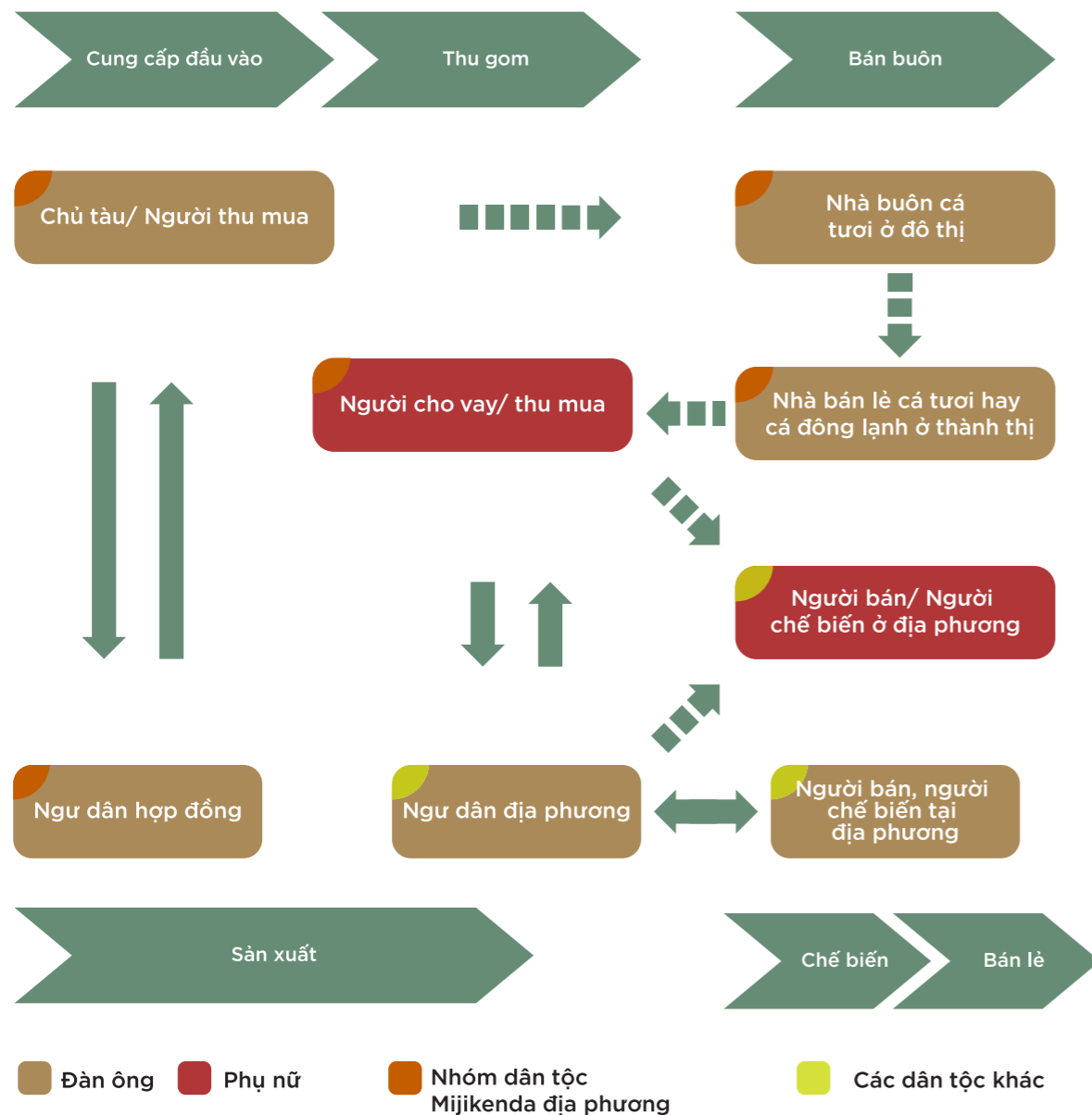
Nguồn: Hoạt động lập chuỗi giá trị cho sản phẩm sắn tại Cộng Hòa Dân Chủ Nhân Dân Lào³

3. V. Manivong và cộng sự., *Phân tích chuỗi giá trị, Điều Tra Hộ Gia Đình và Kết quả Thử Nghiệm Nông Học tại Cộng Hòa Dân Chủ Nhân Dân Lào*, Tài liệu Thảo Luận, số. 5, tháng 7, 2018. <http://cassavavaluechains.net/wp-content/uploads/2018/07/discussion-paper-number-5-2.pdf>

Bước 6 Lập sơ đồ các mối quan hệ và liên kết giữa các tác nhân (Tiếp)

Khi xem xét đến yếu tố giới và yếu tố bao trùm xã hội, điều thiết yếu là phải hiểu được liệu có những khác biệt gì không trong các mối quan hệ giữa các nhóm xã hội có ưu thế và ít ưu thế, giữa phụ nữ và nam giới. Cần tính đến những khác biệt này khi phát triển các can thiệp nhằm hướng tới các chuỗi giá trị bao trùm hơn.

Hình 8 đưa ra một ví dụ về việc sơ đồ hóa các mối quan hệ và liên kết giữa các tác nhân lồng ghép giới và yếu tố xã hội trong chuỗi giá trị thủy sản tại tỉnh duyên hải Kenya.



Hình 8. Sơ đồ hóa các mối quan hệ và liên kết qua lăng kính giới- trường hợp chuỗi giá trị thủy sản tại duyên hải Kilifi, Kenya
Nguồn: Áp dụng từ⁴

4. N. Kawarazuka, *Quan hệ giới, động lực gia đình và hướng tiếp cận giới với an ninh lương thực giữa những người Mijikenda vùng ven biển Kenya*, Luận văn tiến sĩ. Vương Quốc Anh, Đại Học Đông Anglia, 2015.

Ở ví dụ trên, những người phụ nữ cho vay tín dụng đóng một vai trò quan trọng trong việc duy trì hoạt động thủy sản quy mô nhỏ ở địa phương, trong đó mối quan hệ bền vững của họ với ngư dân là trọng tâm. Thu nhập của ngư dân mang tính không ổn định, không chắc chắn. Đôi lúc, người ngư dân địa phương không có đủ tiền để mua vật tư đầu vào (sữa lưới đánh cá, mua nhiên liệu), cũng như thiếu tiền mua thực phẩm hàng ngày cho gia đình. Để vượt qua những khó khăn này, họ cần xây dựng mối quan hệ tương trợ chặt chẽ với những người phụ nữ làm nghề thu gom thủy sản, vì họ cho vay tín dụng. Những ngư dân vay tiền từ thu gom khi cần, rồi lại bán cá đánh bắt được cho chính những người thu gom và cho vay tín dụng này. Nếu đánh bắt được ít, những phụ nữ thu gom kiếm cho vay này lại mua cá đông lạnh từ những người bán lẻ thành thị (theo quan hệ thị trường tại chỗ) và do đó họ được hưởng những nguồn thu nhập ổn định hơn người đánh cá. Những người đánh cá ở địa phương có mối quan hệ tương trợ qua lại với những người chế biến/ bán hàng là nữ giới, chứ không phải với nam giới (xem các vòng tròn đỏ trong Hình 8). Vì thế cần phải phân tích, nghiên cứu cẩn trọng để hiểu rõ được ý nghĩa của những mối quan hệ bền vững theo giới của những người đánh cá nghèo này.

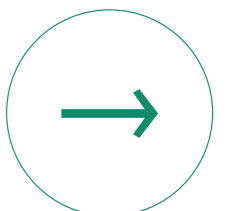
Bước 7 Lập sơ đồ số lượng tác nhân và tạo việc làm trong mỗi công đoạn

Ước tính số lượng việc làm và số lượng các tác nhân khác nhau theo chuỗi giá trị sẽ cung cấp cho chúng ta thông tin quan trọng về quy mô tác động tiềm năng lên các nhóm mục tiêu. Khi phân tích **Chuỗi Giá Trị**, nên tính đến số người nghèo, phụ nữ, nam giới hay các nhóm mục tiêu khác trong các bước các công đoạn khác nhau (hình 5).

Để có được những ước tính chi tiết về số lượng tương đối và tuyệt đối cho việc làm và các nhóm tác nhân, cần thu thập dữ liệu từ người cung cấp tin chủ chốt, số liệu thống kê địa phương và dữ liệu thứ cấp khác. Các thông tin này, mặc dù chỉ mang tính ước lượng nhưng vẫn hữu ích trong giai đoạn đầu của nghiên cứu với thời gian và nguồn lực bị hạn chế. Các phương pháp liệt kê trong Công cụ 7 sẽ hướng dẫn chúng ta thu thập được các thông tin chi tiết hơn về phân bổ việc làm.

Khi sử dụng lăng kính giới và bao trùm xã hội để nghiên cứu các tác nhân và tạo việc làm, cần thu thập thông tin tách biệt về số lượng tác nhân, và người làm thuê cho từng giới và cần tìm hiểu kỹ về nơi tập trung các nhóm yếu thế về mặt xã hội.

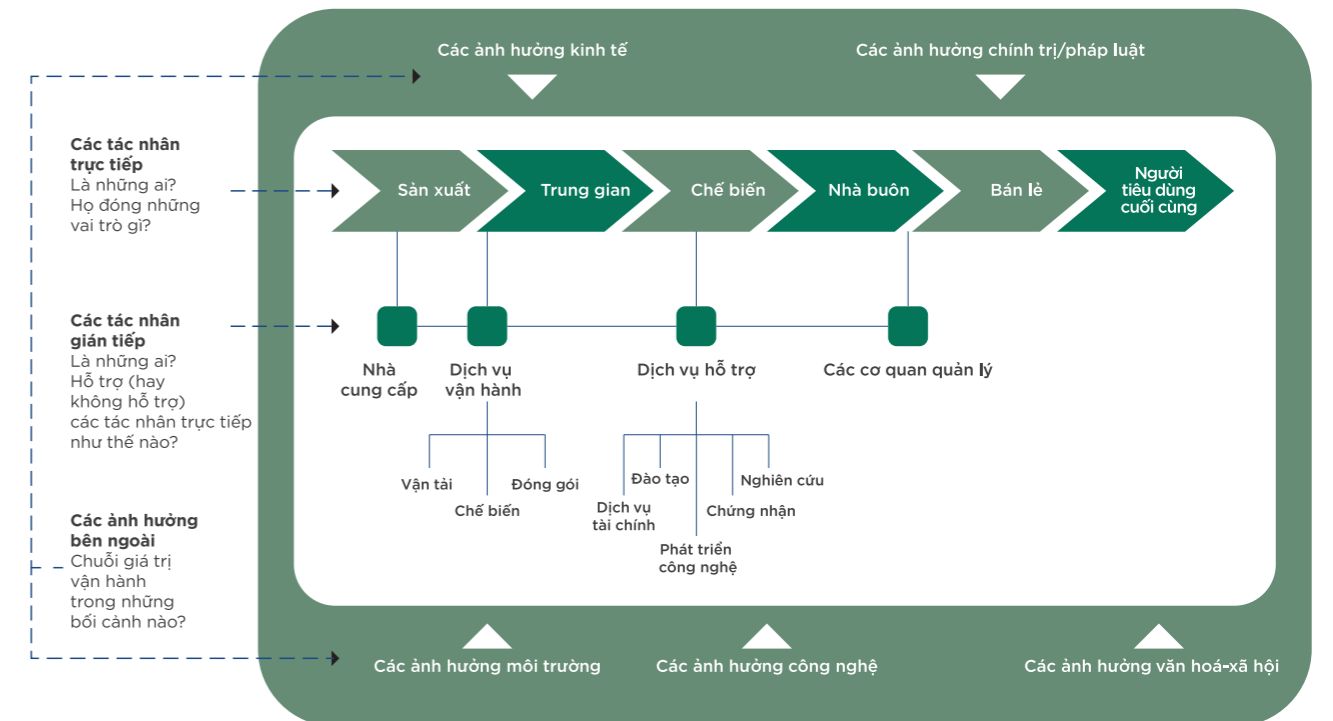
Bảng 5 trang tiếp theo



Bảng 5. Bảng Chuỗi Giá Trị trình bày các công đoạn, tác nhân, hoạt động và số lượng tác nhân					
Công đoạn	Sản xuất	Thu gom	Chế biến	Bán buôn	Bán lẻ
Tác nhân	Nông dân nam Nông dân nữ	Quy mô nhỏ Quy mô vừa Quy mô lớn	Gia công/chế biến ở cấp độ hộ Chế biến theo hướng thương mại hóa	Nhà bán buôn	Người bán lẻ truyền thống Người bán lẻ hiện đại
Hoạt động	Các hoạt động của nông dân nam: Các hoạt động của nông dân nữ:	Các hoạt động thu gom quy mô nhỏ: Các hoạt động thu gom quy mô vừa: Các hoạt động thu gom quy mô lớn:	Các hoạt động chế biến ở cấp độ hộ: Các hoạt động chế biến theo hướng thương mại hóa:	Các hoạt động bán buôn:	Các hoạt động bán lẻ truyền thống: Các hoạt động bán lẻ hiện đại:
Số tác nhân và số người lao động	250 nông dân nam 300 nông dân nữ	12 nhà thu gom cỡ nhỏ (8 nữ và 4 nam) 20 nhà thu gom cỡ vừa (10 nữ và 10 nam) Bốn nhà thu gom cỡ lớn (1 nữ và 3 nam)	30 người chế biến ở cấp độ hộ (28 nữ và 2 nam) Hai nhà chế biến theo hướng thương mại hóa (20 lao động) (15 nữ và 2 nam)	Hai nhà bán buôn (30 lao động) (8 nữ và 22 nam)	400 người bán lẻ truyền thống Tám người bán lẻ hiện đại (80 lao động) (40 nữ và 40 nam)

Bước 8 Lập sơ đồ các ảnh hưởng bên ngoài và tác nhân gián tiếp

Cần phải sơ đồ hóa và hiểu về những chuỗi giá trị bị ảnh hưởng bởi nhiều yếu tố bên ngoài và các tác nhân gián tiếp. Những yếu tố và tác nhân này chi phối các khó khăn, cơ hội cụ thể, và cả khả năng thành công của các giải pháp phát triển chuỗi giá trị khác nhau.



Hình 9. Tác nhân trực tiếp, tác nhân gián tiếp và các ảnh hưởng bên ngoài tới Chuỗi Giá Trị Nguồn⁵

Ảnh hưởng bên ngoài bao gồm các yếu tố kinh tế, bối cảnh văn hóa xã hội, môi trường xúc tiến kinh doanh, các yếu tố chính trị và pháp luật, yếu tố công nghệ và yếu tố môi trường tác động đến cấu trúc, cách vận hành và kết quả của chuỗi giá trị. Các ảnh hưởng bên ngoài cũng bao gồm sự vận hành của hệ thống thị trường rộng theo hướng rộng hơn, bao gồm cả các chức năng hỗ trợ; các quy tắc và luật lệ quy định

Việc lập sơ đồ các ảnh hưởng bên ngoài chỉ ra những vấn đề then chốt về bối cảnh mà chuỗi giá trị đang vận hành.

Các tác nhân gián tiếp bao gồm những nhà cung cấp đầu vào, nhà cung cấp dịch vụ vận hành (như vận tải, bốc hàng và dịch vụ đóng gói), các nhà cung cấp dịch vụ hỗ trợ (như dịch vụ tài chính, dịch vụ kinh doanh, chứng nhận, khuyến nông, nghiên cứu), các tổ chức công nghiệp, và các cơ quan quản lý.

5. M. Lundy và đồng tác giả., *Phương pháp LINK: Hướng dẫn có sự tham gia về các mô hình kinh doanh liên kết nông hộ và thị trường*, Bản 2.0. Cali, Trung Tâm Nghiên Cứu Nông Nghiệp Nhiệt Đới (CIAT), 2012.

Bước 8 Lập sơ đồ các ảnh hưởng bên ngoài và tác nhân gián tiếp

(Tiếp)

Việc lập sơ đồ các tác nhân gián tiếp sẽ đặt ra những câu hỏi then chốt sau: Tác nhân gián tiếp là những ai? Vai trò và ảnh hưởng của họ trong chuỗi là gì? Họ hỗ trợ (hoặc không hỗ trợ) các tác nhân trực tiếp như thế nào?

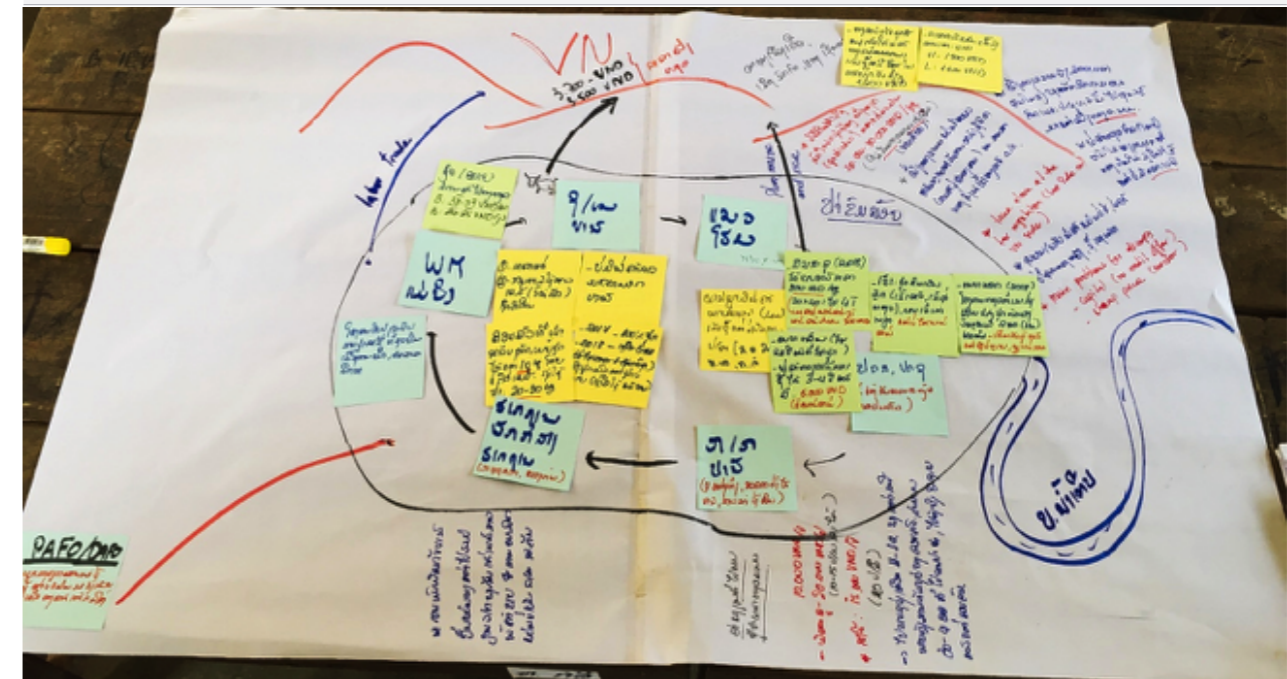
Khi áp dụng lăng kính giới và bao trùm xã hội, việc lập sơ đồ các tác nhân gián tiếp và dịch vụ mà họ cung ứng nên bám theo các câu hỏi sau:

- 1. Chính sách quốc gia và địa phương:** Có những chính sách về lồng ghép giới và yếu tố xã hội nào hỗ trợ các nhóm phụ nữ và nhóm yếu thế?
- 2. Nghiên cứu:** Các loại giống, hóa chất nông nghiệp, máy móc và thực hành mới: những nhu cầu và lợi ích khác nhau của phụ nữ và nam giới được cân nhắc trong các hoạt động và chiến lược nghiên cứu như thế nào?
- 3. Các dịch vụ khuyến nông:** Có những hạn chế/ràng buộc nào về giới đối với phụ nữ khi tiếp cận thông tin và các dịch vụ khuyến nông (rào cản ngôn ngữ, ràng buộc về thời gian, khó khăn trong việc di chuyển tới địa điểm cung cấp thông tin)?
- 4. Các quy định của nhà nước và của địa phương:** Các nhóm yếu thế về xã hội có thể tuân thủ quy định nhà nước và địa phương không? Họ có những cản trở gì? Các quy định mới có thể gây tổn hại hoặc loại trừ một số tác nhân cụ thể, từ một nhóm giới tính cụ thể, hoặc các nhóm yếu thế về mặt xã hội không?
- 5. Các tiêu chuẩn:** Các quy định mới có thể gây tổn hại hoặc loại trừ một số tác nhân cụ thể, từ một nhóm giới tính cụ thể, hoặc các nhóm yếu thế trong xã hội không?
- 6. Các dịch vụ tài chính:** Các hộ nghèo có tiếp cận được dịch vụ tài chính không? Các hộ có nữ giới là chủ hộ thì sao? Và với các nhóm dân tộc ít người thì như thế nào?

Có thể thu thập thông tin về những ảnh hưởng bên ngoài và các tác nhân gián tiếp bằng các phương pháp có sự tham gia, như Lập Sơ Đồ Tổ Chức có sự Tham Gia. Hộp 1 trình bày các hướng dẫn và nêu ví dụ về việc lập sơ đồ tổ chức trong chuỗi giá trị ngô ở một làng thuộc Cộng hòa dân chủ nhân dân Lào.

Hộp 1: Lập Sơ Đồ Tổ Chức theo Phương Pháp có sự Tham Gia

- Dùng giấy khổ lớn (khổ A0) vẽ một vòng tròn lớn đại diện cho ngôi làng.
- Mọi thứ trong đường tròn để chỉ ủy ban hay người làng; tất cả các mẫu giấy nhớ dán bên ngoài thể hiện những tổ chức, cá nhân có tác động tới hoạt động nuôi trồng và các nguồn lực mà người dân trong làng sử dụng.
- Đề nghị nhóm đưa ra thông tin về:
 - Mọi tổ chức, ủy ban, nhóm, cộng đồng trong làng, và
 - Các cá nhân đóng vai trò cụ thể trong cộng đồng.
- Liệt kê từng đối tượng ra một mẫu giấy (có thể là hình tròn) rồi dán vào trong đường tròn lớn đại diện cho ngôi làng.
- Đề nghị nhóm chia sẻ thông tin về:
 - Các tổ chức, cá nhân bên ngoài làng có ảnh hưởng đến hoạt động nuôi trồng và đến việc sử dụng nguồn lực (ví dụ cán bộ chính quyền, người làm công tác phát triển, các công ty thương mại v.v...)
- Đặt hình đại diện cho cá nhân (hình tam giác), đại diện nhóm (hình tròn) vào biểu đồ, nằm ngoài đường tròn đại diện cho làng.
- Khi đã hoàn thành biểu đồ, tìm xem ai là người ra quyết định, quyết định như thế nào, những người lãnh đạo nắm quyền như thế nào, giải quyết các mâu thuẫn ra sao v.v...



Có thể thêm các loại ảnh hưởng từ bên ngoài và tác nhân gián tiếp tác động đến chuỗi giá trị vào Bảng Chuỗi Giá Trị.

Bảng 6. Bảng Chuỗi Giá Trị, bao gồm các công đoạn, tác nhân, hoạt động, các tác nhân gián tiếp/nhà cung cấp dịch vụ và những ảnh hưởng bên ngoài

Công đoạn	Sản xuất	Thu gom	Chế biến	Bán buôn	Bán lẻ
Tác nhân trực tiếp	Nông dân nam Nông dân nữ	Quy mô nhỏ Quy mô vừa Quy mô lớn	Chế biến gia công ở cấp độ hộ Chế biến theo hướng thương mại hóa	Các nhà bán buôn	Người/nhà bán lẻ truyền thống Nhà bán lẻ hiện đại
Hoạt động	Các hoạt động của nông dân nam: Các hoạt động của nông dân nữ:	Các hoạt động thu gom quy mô nhỏ: Các hoạt động thu gom quy mô vừa: Các hoạt động thu gom quy mô lớn:	Các hoạt động chế biến ở cấp độ hộ: Các hoạt động chế biến theo hướng thương mại hóa:	Các hoạt động bán buôn:	Các hoạt động bán lẻ truyền thống: Các hoạt động bán lẻ hiện đại:
Tác nhân gián tiếp/Nhà cung cấp dịch vụ	Khuyến nông Người cho vay	Dịch vụ cơ giới hóa Người cho vay	Dịch vụ cơ giới hóa Người cho vay	Dịch vụ cơ giới hóa Người cho vay	Thiết kế đóng gói
Ảnh hưởng từ bên ngoài	Chính sách nhà nước hỗ trợ nông nghiệp Biến đổi khí hậu Đô thị hóa	Giá điện Giá nhiên liệu	Giá điện	Giá điện Giá nhiên liệu	Đô thị hóa Cạnh tranh từ các nhà bán lẻ quốc tế

Bước 9 Lập sơ đồ các luồng thông tin và kiến thức

Các tác nhân khác nhau có hiểu biết và có nhu cầu về thông tin, kiến thức khác nhau. Luồng thông tin giữa các tác nhân trực tiếp và tác nhân gián tiếp có tác động lớn đến chức năng và hình thái của các chuỗi giá trị. Người nghèo, phụ nữ hay những nhóm mục tiêu khác rất có thể ít hiểu biết hoặc chưa sẵn sàng tiếp cận kiến thức và thông tin thiết yếu. Những yếu tố này sẽ ảnh hưởng rõ nét đến việc thiết kế và sự thành công của các can thiệp chuỗi giá trị.

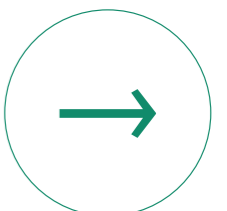
Trái ngược với sản phẩm hữu hình, thông tin và kiến thức khó nắm bắt, trình bày bằng biểu đồ. Thông tin và kiến thức có thể:

1. Trao đổi giữa các tác nhân ở một bước, công đoạn đơn lẻ (ví dụ như giữa các nông dân);
2. Thể hiện dưới dạng luồng thông tin trao đổi hai chiều giữa các tác nhân ở những cấp độ, công đoạn khác nhau trong chuỗi giá trị (ví dụ: tác nhân kinh doanh nói với nông dân về các tiêu chuẩn và yêu cầu về chất lượng của sản phẩm; nông dân thông báo cho tác nhân kinh doanh về khả năng truy xuất nguồn gốc và cung ứng sản phẩm); hay
3. Luồng thông tin trao đổi giữa các tác nhân gián tiếp/các nhà cung cấp dịch vụ và tác nhân trực tiếp thuộc chuỗi giá trị (ví dụ: các cơ quan khuyến nông chia sẻ thông tin với nông dân, nông dân chia sẻ kiến thức về các quá trình sản xuất với cơ quan khuyến nông).

Phân tích luồng thông tin, kiến thức đòi hỏi chúng ta phải biết được liệu các tác nhân hay nhóm tác nhân khác nhau như người nghèo và phụ nữ có nắm được thông tin và kiến thức cần thiết để thực hiện hiệu quả các hoạt động và công đoạn hay không. Hiểu rõ những khó khăn, thách thức mà các nhóm này gặp phải khi tiếp cận thông tin và kiến thức cũng là điều rất quan trọng.

Hộp 2 trình bày một phân tích về giới đối với các luồng thông tin. Phân tích này nhấn mạnh rằng những nông dân nữ trồng xoài ở Đồng bằng Sông Cửu Long ít được tiếp cận thông tin và kiến thức mới hơn so với những nông dân trồng xoài là nam giới.

Hộp 2 trang tiếp theo



Hộp 2: Nông dân nữ tiếp cận thông tin và kiến thức

Trong một dự án chuỗi giá trị xoài ở đồng bằng Sông Cửu Long, Việt Nam, một phân tích nhanh về giới đối với người trồng xoài đã được thực hiện để nhận biết những khó khăn hạn chế và cơ hội với sự lồng ghép vấn đề giới để phát triển các công đoạn chuỗi giá trị theo hướng bao trùm hơn. Nghiên cứu nhận thấy nam giới dễ có điều kiện tiếp cận tất cả mọi loại nguồn lực hơn. Nam giới là thành viên hợp tác xã địa phương, nơi họ được học kỹ thuật mới, được cập nhật thông tin sản xuất thường xuyên hơn so với phụ nữ. Họ cũng chủ động tìm kiếm thông tin trên internet; trong khi đó điều này ít thấy ở phụ nữ.

Phụ nữ không đề cập gì đến việc học tập kỹ thuật mới, nhưng nam giới vẫn công nhận họ (phụ nữ) là người có hiểu biết về sản xuất. Các nông dân nam từ Đồng Tháp khẳng định rằng dù phụ nữ không trực tiếp làm việc, họ vẫn có nhiều hiểu biết. Những kết quả từ thảo luận nhóm phụ nữ cho thấy phụ nữ thực chất vẫn tham gia vào hầu hết mọi công đoạn của quá trình sản xuất, và một số làm rất tốt. Những kết quả này cũng chỉ ra ở Tiền Giang, trang trại xoài lớn nhất có năng suất cao nhất là do một phụ nữ điều hành.

Ngoài hoạt động sản xuất xoài, phụ nữ còn đảm nhiệm hầu hết việc công việc nhà. Gánh nặng việc nhà hạn chế thời gian của họ dành cho tập huấn hay họp nhóm. Điều này lý giải tại sao nam giới có thể tham gia những hoạt động này thường xuyên hơn. Đây là một trở ngại đối với phụ nữ bởi họ tham gia vào tất cả các bước trong sản xuất nhưng lại không được nâng cao kỹ thuật một cách thường xuyên. Mặc dù nam giới vẫn nói rằng họ thường hay chia sẻ thông tin với vợ mình, nhưng như thế vẫn không đủ và không hiệu quả bằng việc để chính phụ nữ tham gia tập huấn.

Nguồn⁶

Có thể dùng phương pháp có sự tham gia để thu thập thông tin về các ảnh hưởng bên ngoài và các tác nhân gián tiếp, như Lập Sơ Đồ có sự Tham gia về Thông Tin và Kiến thức.

Hộp 3 trình bày các chỉ dẫn và đưa ra một ví dụ về phương pháp đơn giản để lập biểu đồ luồng thông tin giữa tác nhân trong chuỗi giá trị hạt tiêu tại Việt Nam.

6. CARE Quốc Tế, 'Phân tích giới nhanh cho dự án Xoài', (ACIAR AGB/2012/061), 2019, <https://genderinagr.files.wordpress.com/2019/01/sra-gender-analysis-in-mango-project.pdf>

Hộp 3: Hoạt động lập sơ đồ thông tin và kiến thức sử dụng phương pháp Có sự Tham Gia

Thông qua những cuộc phỏng vấn các tác nhân trong chuỗi giá trị hay với các bên liên quan, ta có thể lập biểu đồ một số nội dung như mức độ gắn gũi của mối quan hệ giữa các tác nhân, tầm quan trọng của việc kinh doanh, chiều hướng và lượng thông tin cũng như loại hình thông tin trao đổi ở các luồng.

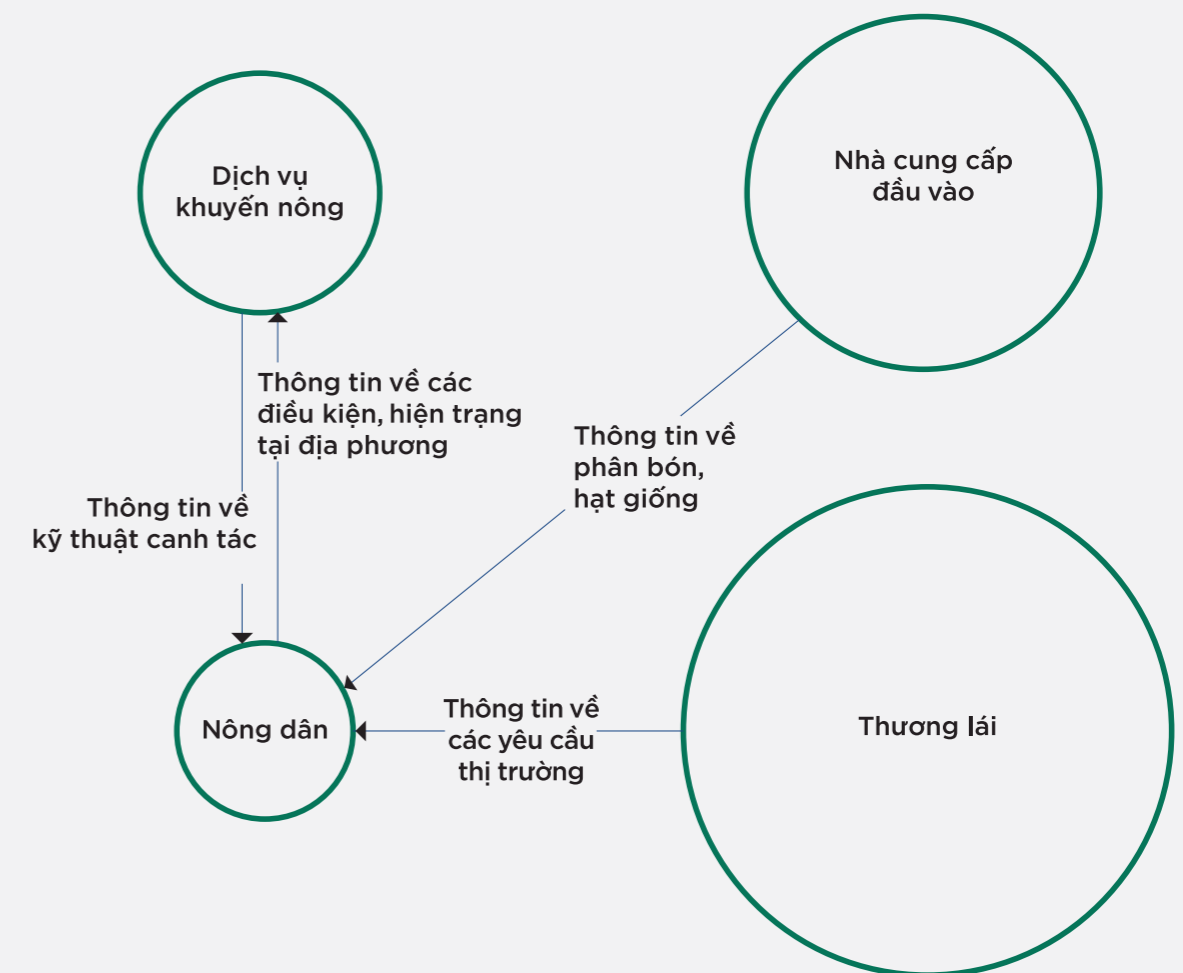
Trong ví dụ này, phương pháp 3 bước được sử dụng để thu thập thông tin có hữu ích:

Bước 1 Đặt mỗi người (tác nhân) theo mức độ gắn gũi của mối quan hệ (mức độ xa gần) và tầm quan trọng của việc kinh doanh (kích thước vòng tròn).

Bước 2 Vẽ các mũi tên chỉ luồng thông tin, độ đậm nhạt của mũi tên thể hiện lượng thông tin.

Bước 3 Mô tả loại hình thông tin cho từng mũi tên.

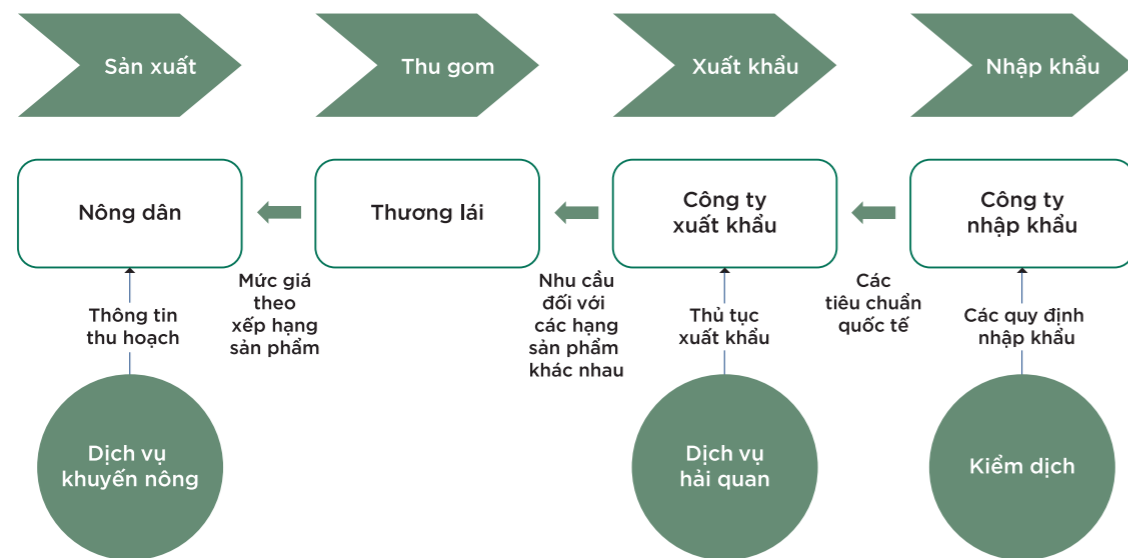
Dưới đây là dạng biểu đồ thu được:



6. CARE Quốc Tế, 'Phân tích giới nhanh cho dự án Xoài', (ACIAR AGB/2012/061), 2019, <https://genderinagr.files.wordpress.com/2019/01/sra-gender-analysis-in-mango-project.pdf>

Bước 9 Lập sơ đồ các luồng thông tin và kiến thức

(Tiếp)



Hình 10. Tổng hợp các luồng thông tin vào Sơ Đồ Chuỗi Giá Trị

Bước 10 Lập sơ đồ các cản trở và giải pháp tiềm năng

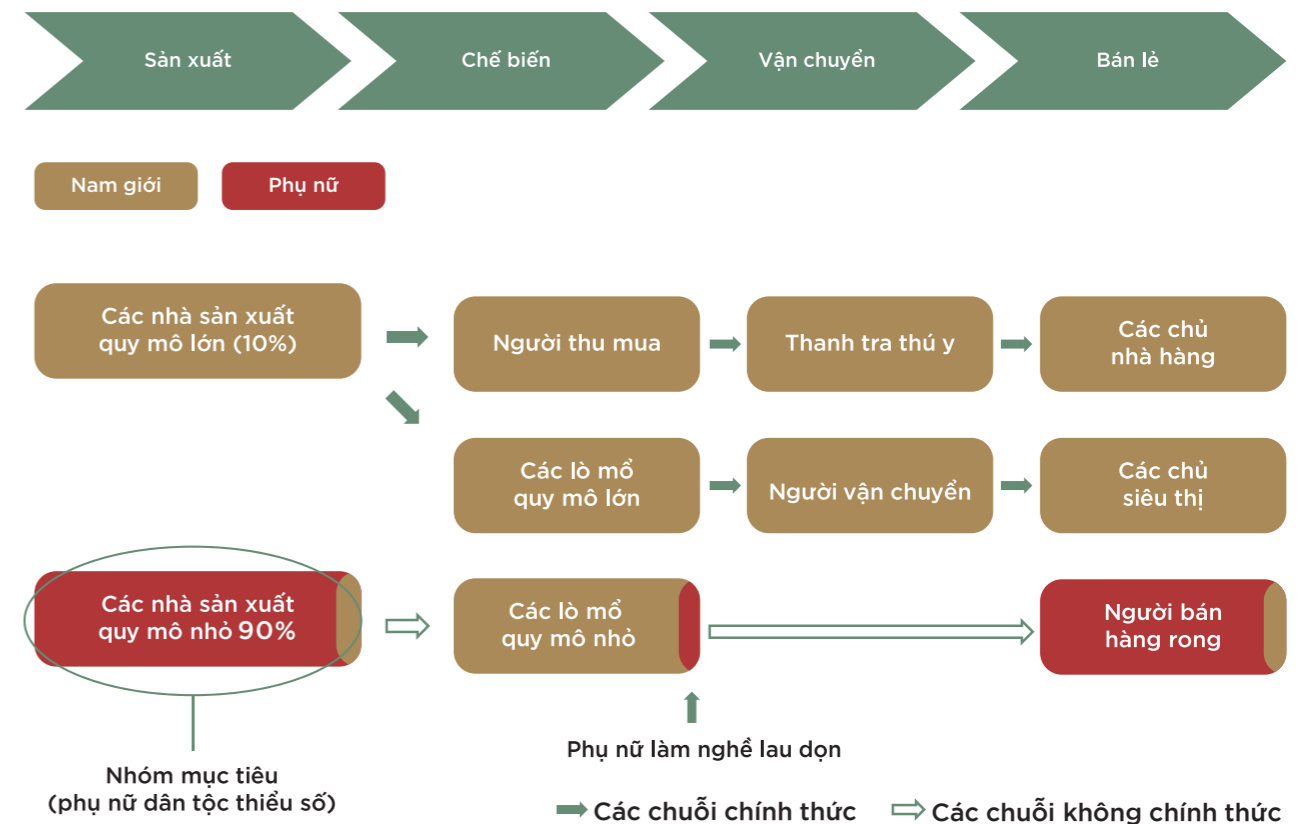
Những cản trở tồn tại ở hầu hết các bước, công đoạn của bất cứ chuỗi giá trị nào. Ví dụ, đó có thể là cản trở đối với nâng cao năng lực, cản trở trong tiếp cận thị trường, cản trở trong nâng cấp, hay những cản trở về tăng cường sự tham gia của người nghèo, của phụ nữ và nam giới trong nhóm yếu thế.

Xác định các cản trở và các giải pháp tiềm năng cần được thực hiện trong tất cả các công đoạn của chuỗi giá trị. Quá trình phân tích nên thực hiện ở cả phạm trù kỹ thuật, hữu hình và cả các lợi ích. Thường có những nguyên nhân chính về mặt kinh tế, văn hóa và xã hội, lý giải cho vấn đề nghèo đói, cho việc phụ nữ hoặc những nhóm mục tiêu khác lại không đón nhận hay không được hưởng lợi từ các thay đổi hoặc từ các can thiệp chuỗi giá trị. Do đó, cần tiến hành đánh giá cản trở những nguyên nhân cốt lõi của vấn đề, xác định cản trở để từ đó đưa ra những giải pháp hợp lý (hay lĩnh vực can thiệp). Khi đề xuất các giải pháp tiềm năng hay các lĩnh vực can thiệp, cần phải có những phân tích sâu hơn thông qua sử dụng các công cụ chuỗi giá trị khác được mô tả trong cuốn sách này, để có thể đưa ra các lý lẽ xác đáng cho các quan điểm cần hướng tới.

Những câu hỏi hướng dẫn sau sẽ hỗ trợ cho việc lồng ghép giới và các yếu tố bao trùm xã hội khi phân tích các cản trở và giải pháp:

- Những cản trở nào đặc trưng cho các nhóm xã hội mục tiêu?
- Các giải pháp đề xuất có phù hợp với các nhóm xã hội yếu thế không?
- Các giải pháp đề xuất có phù hợp với phụ nữ không?
- Các nhóm xã hội mục tiêu có đủ điều kiện cần thiết (những tài sản vật chất, tự nhiên, tài chính, con người, xã hội) để tiếp nhận hay hưởng lợi từ các giải pháp đề xuất không?
- Những nhóm xã hội nào sẽ hưởng lợi nhiều nhất từ các giải pháp đề xuất?

Hình 11 dưới đây là một ví dụ về chuỗi giá trị thịt lợn. Phụ nữ nông dân quy mô nhỏ thuộc các nhóm dân tộc ít người là nhóm mục tiêu (xem vòng tròn đỏ trong hình).



Hình 11. Kết hợp các nhóm xã hội mục tiêu vào trong Sơ Đồ Chuỗi Giá Trị

Nghiên cứu chỉ ra rằng phụ nữ dân tộc ít người phải đối mặt với các cản trở liên quan tới giới và dân tộc khi muốn cải thiện về số lượng và chất lượng đàn lợn bản địa (Bảng 7).

Bảng 7. Ví dụ về các cản trở và giải pháp đề xuất có lồng ghép yếu tố giới

Vấn đề kỹ thuật	Những cản trở liên quan tới giới và dân tộc	Giải pháp đề xuất (giả thiết)	Phù hợp với trao quyền cho phụ nữ
Thiếu nước sạch cho đàn lợn	Việc nhà và việc đồng áng là quá sức đối với phụ nữ. Không đủ thời gian, công sức để mang nước sạch cho đàn lợn hàng ngày.	Lắp đặt thiết bị cấp nước cỡ nhỏ gần chuồng lợn	Tiết kiệm được thời gian và sức lao động cho phụ nữ
Biện pháp chữa trị thích hợp để ngăn ngừa dịch bệnh	Phụ nữ ít có cơ hội tham gia tập huấn vì hạn chế về khả năng di chuyển, rào cản ngôn ngữ và những công việc nhà.	Tập huấn cho tập huấn viên nhằm đến phụ nữ dân tộc ít người	Tập huấn nâng cao khả năng lãnh đạo cho phụ nữ dân tộc ít người
Thiếu vốn đầu tư cho đàn lợn con, cho thức ăn chăn nuôi chất lượng cao, và cho cơ sở chuồng trại	Người phụ nữ có ý thức về tầm quan trọng của việc đầu tư cho chăn nuôi lợn, nhưng lại không được chồng (là người ra quyết định trong nhà) giúp đỡ.	Tập huấn cho nam giới để hiểu được tầm quan trọng của sản xuất chăn nuôi lợn nhằm thu lợi cho gia đình.	Phụ nữ có thêm quyền tự chủ trong nhà

Bước 11

Lập sơ đồ gắn với bản đồ địa lý

Có thể trình bày các luồng sản phẩm và các công đoạn của chuỗi giá trị về mặt không gian trên một bản đồ địa lý của vùng nghiên cứu. Bản đồ địa lý này có thể ở cấp tỉnh, cấp quốc gia, khu vực hay thậm chí ở cấp độ toàn cầu. Điều quan trọng là phải hiểu và trình bày được sự phân bố theo địa lý của các nhóm mục tiêu trên bản đồ.

Cùng với các nhóm mục tiêu cụ thể, nghiên cứu chuỗi giá trị thường có phạm vi địa lý hoặc có trọng tâm theo từng vùng nhất định được điều chỉnh phù hợp với các ưu tiên của quốc gia và nhà tài trợ. Phạm vi này có thể bao gồm những quốc gia, khu vực, quận huyện cụ thể. Các nghiên cứu cũng có thể xác định trước ngành hàng được chọn cho nghiên cứu, ví dụ như các chuỗi giá trị ngô và sắn ở khu vực miền núi. Khi lập bản sơ đồ gắn với vị trí địa lý, điều quan trọng là cần nhớ là nhiều sản phẩm thức ăn nông nghiệp và chuỗi giá trị, như cà phê; sắn hay ca cao được mua bán và vận hành xuyên biên giới, ở phạm vi quốc gia, khu vực và toàn cầu.



Hình 12. Lập sơ đồ địa lý cho vị trí phân bố của các công đoạn và các tác nhân chính trong chuỗi giá trị sắn
Nguồn: Hoạt động lập sơ đồ Chuỗi Giá Trị Sắn, Viêng Chăn, Lào, 2016⁷

7. V. Manivong và cộng sự., 'Phân Tích Chuỗi Giá Trị, Điều Tra Hộ Gia Đình và Kết Quả Thử Nghiệm Nông Học - Cộng Hòa Dân Chủ Nhân Dân Lào', *Tài Liệu Thảo Luận*, số. 5, Tháng 7, 2018.



Thử nghiệm

Dùng máy chiếu chiếu một hình ảnh về bản đồ địa lý lên tấm giấy khổ A0 rồi dùng các loại bút màu khác nhau vạch theo các đặc điểm địa lý chủ yếu để tạo ra cơ sở chính xác cho sơ đồ địa lý.

Những Điều Cần Biết sau khi Hoàn Thành Phân Tích

Công cụ này đưa ra một cái nhìn khái quát về các phương diện khác nhau có thể được sơ đồ hóa, và các hướng dẫn về cách thức lập **Sơ Đồ Chuỗi Giá Trị**, các **Bảng Chuỗi Giá Trị** và **Sơ Đồ Địa Lý**.

Hoạt động lập sơ đồ cơ bản này làm cơ sở chính để tiến hành phân tích đầy đủ chuỗi giá trị được mô tả trong các công cụ tiếp sau. Thực tế, sau khi hoàn thành bài tập lập sơ đồ, cán bộ nghiên cứu có thể quyết định cần phòng vấn tác nhân chuỗi giá trị nào, cần thu thập những thông tin gì, còn tồn tại những lỗ hổng quan trọng nào về thông tin, và nên tiến hành khảo sát ở địa bàn nào.

Các chương sau sẽ cung cấp các công cụ phân tích chi tiết hơn những nội dung kể trên.



Các quầy hàng ven đường đóng góp một phần quan trọng trong chuỗi giá trị trái cây ở Campuchia.
Ảnh: ©2009CIAT/NeilPalmer

Công cụ 3

Quản Trị

Giới Thiệu	132	
Mục Tiêu	134	
Các Bước Tiến Hành	134	
Bước 1	Lập sơ đồ các tác nhân trực tiếp và gián tiếp	134
Bước 2	Xác định (những) cơ chế điều phối chủ yếu trong chuỗi giá trị	135
Bước 3	Nhận biết các quy định, quy chế và tiêu chuẩn	137
Bước 4	Phân tích tác động của các quy chế lên các thành viên chuỗi giá trị (bao gồm việc thực thi, chế tài, khích lệ)	148
Bước 5	Phân tích kiến thức trong khu vực mục tiêu và nhận thức về các quy định, quy phạm, tiêu chuẩn và xác định các lỗ hổng chính	150
Bước 6	Phân tích sự hỗ trợ nội bộ và bên ngoài nhằm giúp đáp ứng những yêu cầu về các nguyên tắc và quy định	151
Những Điều Cần Biết sau khi Hoàn Thành Phân Tích	152	

Giới Thiệu

Phân tích quản trị là nhằm tìm hiểu về hệ thống điều phối, quy định và quản lý cùng các quy tắc vận hành trong chuỗi giá trị.

Quản trị bao gồm cả những nguyên tắc và quy định pháp luật có ảnh hưởng đến chuỗi, cũng như những quy phạm/chuẩn mực và nguyên tắc thương mại trong cạnh tranh có ảnh hưởng đến cơ cấu sản xuất. Quản trị là những tương tác giữa các tác nhân trong chuỗi giá trị được sắp xếp một cách thường xuyên theo cách thức phù hợp để các tổ chức có thể đáp ứng được các yêu cầu cụ thể về sản phẩm, quy trình và hậu cần (logistics) trong thị trường mà họ đang hoạt động. Do vậy, có thể nhận thấy rằng quyền lực không được phân bổ đồng đều giữa các tác nhân. Cũng phải thừa nhận rằng đối với phụ nữ và nam giới nghèo, đặc biệt là những người thuộc các nhóm yếu thế, tiếp cận các cơ hội thị trường đòi hỏi phải có hiểu biết về tổ chức hệ thống sản xuất như thế nào để có thể đáp ứng những yêu cầu cạnh tranh này.

Vì (trong tiếng Anh), “quản trị” (governance) khá giống với “cai trị” (government), nên thuật ngữ này thường bị hiểu theo nghĩa hẹp chỉ gồm các yêu cầu về kiểm soát mang tính pháp lý có ảnh hưởng đến hoạt động kinh doanh và tiếp cận thị trường trong chuỗi giá trị. Thực ra, công cụ quản trị bao gồm từ hợp đồng giữa các tác nhân tham gia chuỗi giá trị đến những khuôn khổ giám sát của nhà nước, đến các “quy phạm” bất thành văn rộng hơn, xác định những ai có thể tham gia vào một thị trường nhất định, bao gồm cả những quy phạm/tiêu chuẩn về giới.

Các quá trình điều phối, quản lý và kiểm soát có thể vận hành và ảnh hưởng ở các cấp độ khác nhau trong chuỗi giá trị, từ cấp vi mô (cấp nông trại và xí nghiệp), đến mức trung bình (cấp huyện và vùng), cho đến vĩ mô (cấp quốc gia và toàn cầu).

Các quy định nhập khẩu của Trung Quốc và yêu cầu của người mua ảnh hưởng đến cách trồng, đóng gói và xuất khẩu xoài từ tỉnh Đồng Tháp, miền Nam, Việt Nam.
Ảnh: FocusGroupGo/Rodd Dyer



Các yêu cầu trong quản trị có thể là “chính thức” hay “không chính thức” và có thể bắt nguồn từ cả bên trong hay bên ngoài chuỗi giá trị. Đơn giản như việc người bán buôn yêu cầu thu hoạch nông sản một cách phù hợp để tránh thiệt hại và giảm chất lượng. Ngược lại, yêu cầu trong quản trị cũng có thể phức tạp như việc một Chính nước ngoài yêu cầu các sản phẩm nhập khẩu phải tuân thủ các tiêu chuẩn quốc tế về mức độ dư lượng thuốc trừ sâu cho phép và các tiêu chuẩn về sức khỏe. Một ví dụ khác là những thủ tục do một công ty đa quốc gia đặt ra như một điều kiện tham gia đối với nhà thầu phụ trong chuỗi cung ứng toàn cầu của họ. Có khá nhiều các ảnh hưởng có thể xảy ra do cách thức quản trị ở các vị dụ kể trên. Do đó các nhà phân tích chuỗi giá trị cần tìm hiểu rõ về những yếu tố ảnh hưởng tới tổ chức sản xuất, cũng như vị trí của người nông dân và các nhà sản xuất khác, trong các phương thức quản trị như vậy.

Bất luận các quy tắc xuất phát ở cấp độ nào, tác nhân tham gia chuỗi giá trị có thể tìm thấy các cơ hội cải thiện và tham gia vào những thị trường có giá trị cao hơn, nơi họ có điều kiện để tìm hiểu về các yêu cầu để tham gia vào những thị trường này. Các tác nhân của chuỗi giá trị cũng có thể có một số hạn chế trong việc tiếp cận những dịch vụ cụ thể và các hình thức hỗ trợ khác để đáp ứng các tiêu chuẩn của chuỗi giá trị. Thiếu các hỗ trợ này có thể cản trở họ tham gia một cách chủ động vào những phân khúc giá trị cao hơn trong chuỗi. Thông tin về các tiêu chuẩn, yêu cầu về mặt thương mại và những dịch vụ liên quan tới việc tuân thủ các quy định có thể được cung cấp bởi Chính, các tổ chức bán công hay các hệ thống tư nhân trong quản trị chuỗi giá trị. Đây là những mối quan tâm chính khi phân tích các cơ hội cải thiện cho người sản xuất nghèo hay người sản xuất bị thiệt thòi về mặt xã hội.

Việc phát triển các chuỗi giá trị rau an toàn được chứng nhận đã giúp nông hộ ở huyện Mộc Châu, miền Bắc Việt Nam cung cấp sản phẩm cho các siêu thị ở Hà Nội, và cải thiện đáng kể thu nhập.
Ảnh: Vũ Thị Phương Thanh



Mục Tiêu

Mục tiêu chính của phân tích quản trị là:

- Hiểu được làm thế nào để điều phối chuỗi giá trị, thông qua các doanh nghiệp (các tác nhân) cùng với các cơ chế chủ chốt (như các hợp đồng, thỏa thuận, dịch vụ); hiểu được tại sao lại hình thành và phát triển những hình thức điều phối như vậy;
- Lập sơ đồ các tiêu chuẩn, quy định, nguyên tắc chính thức và không chính thức có ảnh hưởng tới chuỗi giá trị, việc tuân thủ các tiêu chuẩn, quy định, nguyên tắc được giám sát như thế nào, những chế tài về khen thưởng và xử phạt nào được áp dụng để bảo đảm sự tuân thủ đó;
- Đánh giá tác động của các tiêu chuẩn, quy định, nguyên tắc đối với các tác nhân, đặc biệt là với phụ nữ, nam giới và các nhóm thiệt thòi như nông dân có hoàn cảnh khó khăn và dân tộc ít người; và
- Đánh giá về việc những nhóm tác nhân khác nhau có thể tiếp nhận (hay không tiếp cận được) các hình thức hỗ trợ phù hợp để giúp họ thực hiện được các tiêu chuẩn theo yêu cầu.

Các Bước Thực Hiện

Bước 1 Lập sơ đồ các tác nhân trực tiếp và gián tiếp

Phân tích quản trị chủ yếu dựa vào thông tin định tính được thu thập thông qua các cuộc phỏng vấn mở và ở dạng bán cấu trúc với những tác nhân tham gia chuỗi giá trị, và những người cung cấp thông tin chủ chốt. Dùng bảng câu hỏi được viết sẵn thì khó thu được thông tin cần thiết. Ngoài ra, nghiên cứu dữ liệu thứ cấp có thể cung cấp cho chúng ta nhiều thông tin hữu ích.

Bước đầu tiên là liệt kê tất cả các tác nhân trực tiếp và gián tiếp (cả bên trong lẫn bên ngoài chuỗi) **có thể ảnh hưởng đến hình thức quản trị** trong những kênh thị trường khác nhau. Xác định hoặc liệt kê các cơ quan, tổ chức quan trọng bên ngoài. Có thể dùng Công cụ Lập Sơ Đồ Chuỗi Giá Trị (Công cụ 2) để xác định tất cả các tác nhân và tổ chức có liên quan trong chuỗi.

Xác định các phân nhóm tác nhân quan trọng dựa trên điều kiện kinh tế (nghèo, trung bình, khá); loại hình và quy mô kinh doanh (rất nhỏ, nhỏ, vừa và lớn); dân tộc (theo các nhóm dân tộc khác nhau); và giới (phụ nữ, nam giới). Điều quan trọng là phải hiểu được ảnh hưởng của các hình thức quản trị lên các nhóm khác nhau và phải đánh giá được mức độ của sự chênh lệch thông tin trong chuỗi, v.v... Cần nhận thức rằng phụ nữ thường không được hiện diện trong các chuỗi không chính thức hoặc chỉ đóng những vai trò phụ trợ, nhưng trong các chuỗi giá trị, vai trò của phụ nữ thường lại khá quan trọng. Việc phân loại này đã được miêu tả trong phần Công cụ Lập Sơ Đồ Chuỗi Giá Trị (Công cụ 2).

Bước 2 Xác định các hình thức điều phối có tính chất chi phối chuỗi

Mỗi chuỗi giá trị có một hệ thống điều phối bao gồm điều phối chính thức và không chính thức giữa các tác nhân tham gia. Hình 1 minh họa năm loại chuỗi giá trị toàn cầu theo hai phương diện là điều phối theo quy định rõ ràng và sự chênh lệch về quyền lực. Các hình thức điều phối có thể gồm những kiểu dựa trên quan hệ mua bán lòng lèo (theo kiểu chợ tự do) đến hình thức điều phối chặt chẽ, có quá trình sản xuất được hội nhập theo chiều dọc (như là dạng phân cấp). Các mũi tên chi mảnh thể hiện giao dịch dựa trên giá cả, còn các khối mũi tên đậm nét hơn đại diện cho những luồng thông tin và kiểm soát, được điều tiết thông qua hình thức quản trị rõ ràng. Mỗi một kiểu quản trị chuỗi giá trị kể trên có các đặc điểm cơ bản khác nhau liên quan tới mức độ phức tạp của các hình thức giao dịch, khả năng đặt ra các hình thức xử phạt và năng lực cung ứng sản phẩm.

Các hình thức điều phối liên tục phát triển để giúp các tổ chức có thể nâng cao khả năng cạnh tranh trong các thị trường trung gian và thị trường cuối, để đảm bảo cho việc tuân thủ các tiêu chuẩn, quy định chính thức và không chính thức, và để sử dụng vốn đầu tư hiệu quả hơn.

Cũng có thể có nhiều hơn một hệ thống điều phối vận hành trong một chuỗi giá trị ở bất cứ lĩnh vực nào, chẳng hạn như cùng tồn tại cả hai hình thức những nhà sản xuất hoạt động theo hợp đồng và sản xuất tự do.

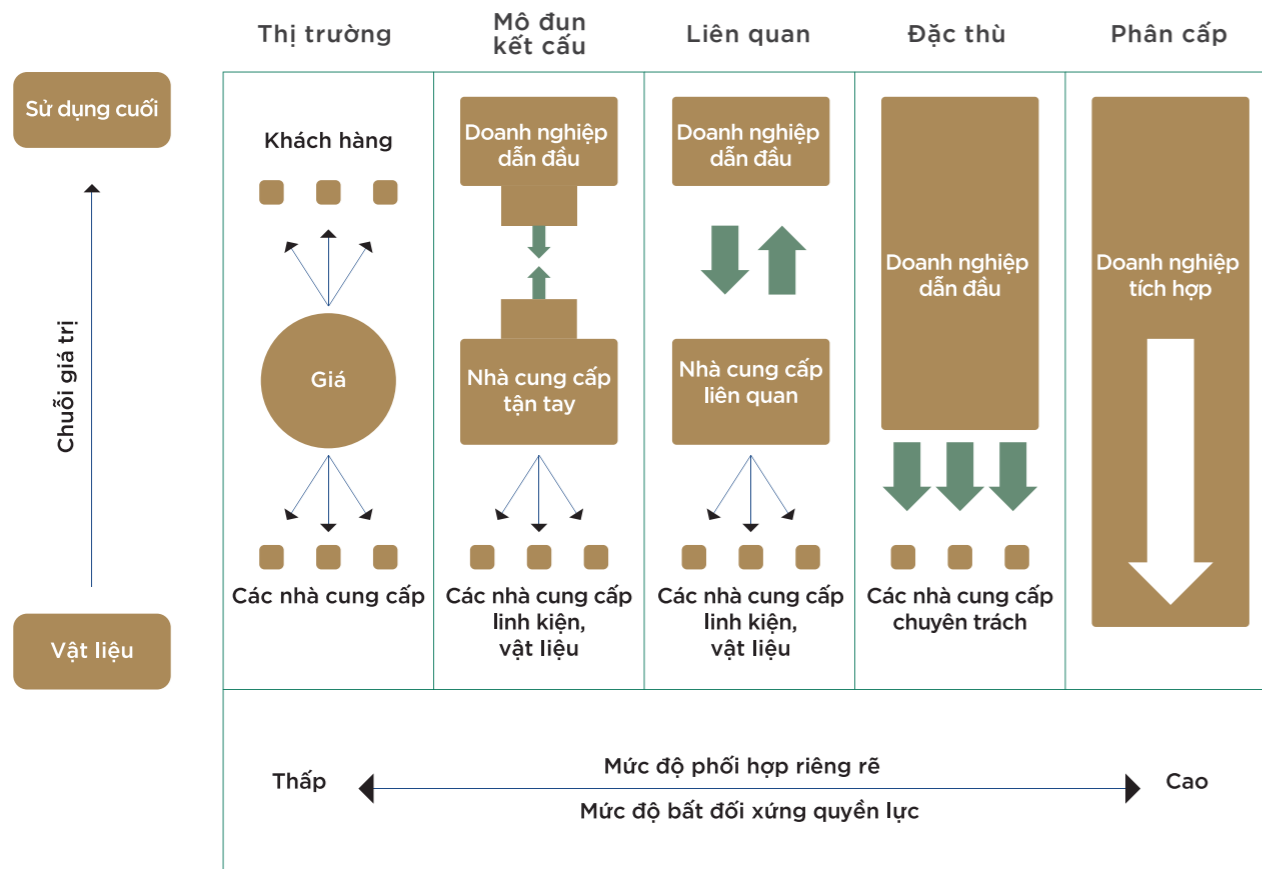
Cần lưu ý rằng, khi muốn tăng cường sự điều phối và hợp tác theo chiều ngang, giữa các tác nhân với nhau (như thông qua mạng lưới, các nhóm marketing, các liên minh và hợp tác xã) thì cần phải phát triển quan hệ đối tác trong chuỗi giá trị theo chức năng và mang tính bao trùm hơn¹.

Sự có mặt và vai trò của các doanh nghiệp đầu ngành (xem Hộp 1) thường ảnh hưởng đến quá trình điều phối của chuỗi giá trị, do năng lực của họ trong các hệ thống sản xuất và việc thực thi các quy định khi bán sản phẩm ra các thị trường trung gian hay thị trường cuối.

Ngay cả trong một ngành nào đó, các doanh nghiệp đầu ngành có thể hướng tới những hình thức minh bạch hơn trong điều phối và ảnh hưởng theo chiều dọc, khi mà các quy tắc quyết định việc tiếp cận với một số khách hàng cụ thể và các phân khúc thị trường trở nên phức tạp và ngặt nghèo hơn. Những doanh nghiệp này có thể chịu trách nhiệm chính trước các cấp chính quyền và người tiêu dùng về việc tuân thủ những yêu cầu chính thức và không chính thức đối với hàng hóa của mình. Khi việc tuân thủ với những yêu cầu của các tiêu chuẩn nghiêm ngặt trong phân phối hàng hóa, chất lượng, sự an toàn và sự trung thực đòi hỏi ngày càng cao hơn, các doanh nghiệp đầu ngành càng gia tăng ảnh hưởng trực tiếp hoặc gián tiếp lên quá trình sản xuất và vận chuyển hàng hóa.

Vì thế, việc các doanh nghiệp đầu ngành (cùng với các đại lý của họ) áp dụng các quy tắc và tiêu chuẩn sẽ tác động lên việc những nhà sản xuất thuộc loại nào mới có thể tham gia vào hệ thống cung ứng của họ. Điều này có khả năng tạo ra những rào cản hoặc cơ hội cho người nghèo tham gia vào các chuỗi giá trị đó, tùy thuộc vào các điều kiện để có thể đáp ứng những yêu cầu nói trên.

1. Moustier, và đồng tác giả., 'Vai trò của tổ chức nông dân trong siêu thị cung ứng các sản phẩm chất lượng tại Việt Nam'. *Chính sách lương thực*, tập. 35, số. 1, 2010, trang. 69-78



Hình 1. Phân loại chuỗi giá trị toàn cầu. Các loại chuỗi giá trị toàn cầu khác nhau được xếp hạng theo mức độ chênh lệch về quyền lực và điều phối minh bạch. Nguồn²



Các tiêu chuẩn chất lượng và an toàn thực phẩm riêng đã ảnh hưởng đến việc tiếp cận các siêu thị hiện đại ở In-đô-nê-si-a. Ảnh: Oikoi

Hộp 1: Cơ sở hướng tới các doanh nghiệp đầu ngành trong phát triển chuỗi giá trị

Các doanh nghiệp đầu ngành là những doanh nghiệp nhỏ, vừa và lớn có các mối liên kết với các tác nhân đầu trên của chuỗi (upstream) ở khâu sản xuất hoặc với các tác nhân đầu cuối của chuỗi (downstream) ở khâu thương mại hóa sản phẩm, với các doanh nghiệp quy mô rất nhỏ, nhỏ và vừa (MSMEs) trong chuỗi giá trị. Các doanh nghiệp đầu ngành cũng ngày càng có nhiều ảnh hưởng tới việc định ra những tiêu chuẩn và quy định cho các tác nhân thuộc khu vực ngoài nhà nước trong chuỗi giá trị.

Hợp tác với những doanh nghiệp đầu ngành có thể giúp các công ty MSME tham gia vào chuỗi giá trị và cung cấp những sản phẩm và dịch vụ quan trọng. Thông qua xúc tiến quan hệ giữa các doanh nghiệp đầu ngành với các công ty MSME mục tiêu, các dự án có thể nâng cao khả năng cạnh tranh của ngành, giúp tạo ra đòn bẩy và tác động bền vững cho các công ty MSME, chứng tỏ giá trị của việc hợp tác với các công ty MSME này.

Nguồn³

Bước 3
Xác định các nguyên tắc, quy định, và tiêu chuẩn

Thường có những nguyên tắc, quy định, và tiêu chuẩn mà các tác nhân chuỗi giá trị phải tuân theo để có thể tham gia vào chuỗi. Điều quan trọng là cần phân biệt rõ giữa tuân thủ các yêu cầu về pháp lý với các hướng dẫn phân loại sản phẩm. Những tiêu chuẩn tự nguyện của tư nhân có thể được coi như là một công cụ cho phép các doanh nghiệp đáp ứng nhu cầu của người tiêu dùng và để đảm bảo việc tuân thủ các yêu cầu theo quy định pháp luật. Song một số tiêu chuẩn của tư nhân cũng có thể được dùng như những hướng dẫn trong phân biệt sản phẩm và xác định phân khúc thị trường nếu đã được thông qua với khách hàng⁴.

Bước này nhằm:

- Giúp bồi dưỡng kiến thức rõ ràng về những nguyên tắc, quy định, và tiêu chuẩn có ảnh hưởng đến các tác nhân chuỗi giá trị và cách thị trường cuối;
- Xác định các tác nhân có vai trò định ra các nguyên tắc, và
- Đánh giá các nguyên tắc có tác động như thế nào đối với các loại tác nhân khác nhau

Các nguyên tắc và quy định

Nguyên tắc và quy định có thể mang tính **chính thức** (do luật định) hoặc **không chính thức** (tạo ra bởi các tiêu chuẩn về thương mại). Những tiêu chuẩn tự nguyện của tư nhân đưa ra những lựa chọn các sản phẩm đặc thù, như chứng nhận công bằng thương mại hay chứng nhận hữu cơ, thì tồn tại ở giữa hai hình thức chính thức và không chính thức nói trên. Tương tự, các tác nhân hoạt động **trong** và **ngoài** chuỗi giá trị thì đều có thể lập ra các quy định.

Những quy tắc chính trong các thị trường địa phương, đặc biệt là ở những nơi mà tiêu chuẩn chính thức khá yếu kém hoặc không được tuân thủ nghiêm ngặt, thì có xu hướng duy trì các tiêu chuẩn mua bán

2. Gereffi, G., J. Humphrey, và đồng tác giả., 'Quản trị Chuỗi Giá Trị toàn cầu'. *Đánh giá kinh tế chính trị quốc tế*, tập. 12, số. 1, 2005, trang. 78-104.
 3. Hành động vì Doanh Nghiệp, *Tài Liệu Nghiên cứu - Chu kỳ 1: Định nghĩa các công ty đầu ngành và nguyên tắc điều hành*, FIELD Nhóm Điều Hành, 2008, <http://www.actionforenterprise.org/field1.pdf>
 4. L. Fulponi, 'Toàn cầu hóa và tiêu chuẩn riêng và hệ thống thực phẩm nông nghiệp'. trong: *Các Chuỗi Cung Ứng Toàn Cầu, Tiêu Chuẩn và Người Nghèo* (ed.) J.F.M Swinnen. 2007, trang. 5- 18, https://www.researchgate.net/publication/240638074_Global_Supply_Chains_Standards_and_the_Poor

Các nguyên tắc và quy định

(Tiếp)

được định ra ở địa phương liên quan tới các chất lượng, phân loại sản phẩm và các thực hành trong kinh doanh. Trong những hệ thống được điều phối lỏng lẻo như vậy, người bán buôn hay thương nhân có thể áp đặt các quy tắc đối với người sản xuất bằng cách định giá chênh lệch, cung cấp thông tin hạn chế, và chỉ hỗ trợ nếu người sản xuất tuân theo. Các quy tắc có thể không được trao đổi, hoặc có thể thay đổi giữa các vùng trong khu vực thị trường trong nước. Người sản xuất nghèo cũng có thể không hiểu được mối liên quan giữa các quy tắc với chất lượng sản phẩm hay với những yêu cầu thương mại khác, và do đó họ có thể vướng vào các quan hệ đối kháng với người mua, có thể làm cho tình trạng rối loạn chức năng chuỗi giá trị càng trở nên trầm trọng.

Hiểu và tuân thủ các nguyên tắc của thương mại địa phương thường là tiền đề cho việc nâng cấp chuỗi giá trị. Đây cũng có thể là bàn đạp cho các chiến lược xuất khẩu, bởi các nhà sản xuất dường như không thể tuân thủ với những tiêu chuẩn phức tạp nếu họ không có khả năng hiểu, chấp nhận và tuân theo những yêu cầu cơ bản của các thị trường địa phương.

Trong quá khứ, những quy tắc đặt ra để đáp ứng các chỉ tiêu về mặt chi phí cơ bản và đảm bảo cung ứng thường liên quan đến thỏa thuận giữa người mua và người cung cấp trong chuỗi. Khi các chuỗi giá trị nông sản, thực phẩm được toàn cầu hóa và hiện đại hóa, đã hình thành một loạt các tiêu chuẩn, quy định, các quy trình và các hệ thống chứng nhận, bảo đảm chất lượng, để quản lý các sản phẩm thực phẩm. Điều này chủ yếu nhằm đáp ứng những yêu cầu của người tiêu dùng thành thị và các yêu cầu cần kiểm soát của Chính. Để thâm nhập các phân khúc thị trường nhất định, các nhà cung cấp ngày càng phải đáp ứng các quy định và nguyên tắc thương mại một cách chính thức cho các đặc tính của sản phẩm như an toàn thực phẩm, an toàn sinh học, sự toàn vẹn, truy xuất nguồn gốc, nguồn gốc và xuất xứ sản phẩm. Việc đảm bảo phải có các giấy tờ minh chứng cho việc bảo vệ môi trường, đạo đức, và bảo vệ phúc lợi của động vật áp dụng cho đầu vào hệ thống sản xuất và bản thân chuỗi giá trị cũng ngày một tăng cao.

Người sản xuất tham gia vào các thị trường xuất khẩu phải đối diện với những tiêu chuẩn, quy định, thủ tục phức tạp hơn nhiều so với những quy định quản lý ở thị trường trong nước và địa phương. Các tiêu chuẩn thương mại và tiêu chuẩn chính thức thường được áp dụng trong cả hai trường hợp nói trên. Việc áp dụng các tiêu chuẩn, quy định, nguyên tắc cố định trong những chuỗi giá trị toàn cầu đó đối với các chuỗi giá trị có nhiều hộ nông dân nhỏ tham gia và phân tán sẽ rất phức tạp và tốn kém. Yêu cầu phải tuân thủ nhiều quy định, tiêu chuẩn sản xuất quốc tế chồng chéo và ở nhiều phương diện sẽ là trở ngại chính đối với người nghèo khi muốn tham gia vào những chuỗi giá trị định hướng xuất khẩu.

Những doanh nghiệp đầu ngành cũng vậy, họ cần tìm kiếm các phương pháp hiệu quả, chi phí thấp để đáp ứng các nhu cầu của người tiêu dùng và yêu cầu về pháp lý để tiếp cận và cạnh tranh trong những thị trường có giá trị cao hơn. Những thay đổi này, kết hợp với việc ứng dụng công nghệ số hóa mới và Internet vạn vật (IoT), đang thúc đẩy

tiến bộ kỹ thuật và đổi mới trong sản xuất các hệ thống xử lý sau thu hoạch; các mô hình về quản trị chuỗi giá trị và tổ chức kinh doanh; truy xuất nguồn gốc, tính nguyên vẹn; và các hệ thống đảm bảo chất lượng. Một thách thức lớn đối với các doanh nghiệp đầu ngành và cả các nhà nghiên cứu chuỗi giá trị là xác định ra những công nghệ, tiến bộ kỹ thuật và giải pháp có lợi cho những nhà sản xuất là nông hộ rất nhỏ, nhỏ, và doanh nghiệp.

Các tiêu chuẩn

Những tiêu chuẩn trong các chuỗi giá trị nông nghiệp có thể chia thành ba loại chính: (i) các tiêu chuẩn và thứ hạng trong mua bán sản phẩm - đây thường là những tiêu chuẩn cơ bản được quốc tế thừa nhận, liên quan tới các phương diện hay đặc tính bên trong của sản phẩm; (ii) các tiêu chuẩn công/Nhà nước cấp quốc gia và quốc tế - gồm những tiêu chuẩn về kiểm dịch thực vật và mức dư lượng hóa học tối đa; và (iii) các tiêu chuẩn của tư nhân cấp quốc gia và quốc tế.

1. Tiêu chuẩn và thứ hạng trong mua bán sản phẩm

Các tiêu chuẩn và thứ hạng trong thương mại hóa sản phẩm thường là những tiêu chuẩn liên quan đến chất lượng sản phẩm được quốc tế công nhận - có thể gồm những tiêu chuẩn về kích thước, hình dáng, màu sắc, độ ẩm, v.v. Ví dụ, các thứ hạng sản phẩm quy định bởi Hiệp hội Cà phê Đặc sản Hoa Kỳ (SCAA) đối với hạt cà phê xanh được trình bày trong Hộp 2 dưới đây. Biểu đồ xếp hạng hạt điều Ấn Độ dựa trên các đặc điểm về kích thước hạt, màu sắc, mức độ khô, vỡ của hạt trình bày trong Hình 1.

Hộp 2: Các thứ hạng tính cho 350g hạt cà phê xanh

Hạng 1: Hạt cà phê hạng đặc sản: không có khuyết điểm cơ bản, 0-3 khuyết điểm, được phân loại với tối đa là 5% các hạt có kích thước bề mặt khác với tiêu chuẩn, và có đặc tính đặc trưng khác biệt bởi một hoặc nhiều điểm về: vị, độ chua, độ đậm đà, hoặc mùi thơm. Đồng thời phải không có vị lạ và tạp chất. Không có hạt non (hạt chưa chín khó nhận biết khi phân loại). Độ ẩm phải từ 9-13%.

Hạng 2: Hạt cà phê hạng cao cấp: Tương tự Hạng 1 nhưng cho phép tối đa 3 hạt non. 0-8 khuyết điểm.

Hạng 3: Hạt cà phê hạng thương mại: 50% số hạt trở lên lớn hơn cỡ 15 và dưới 5% số hạt nhỏ hơn cỡ 15. Tối đa 5 hạt non. 9-23 khuyết điểm.

Hạng 4: Hạt cà phê hạng tiêu chuẩn: 24-86 khuyết điểm.

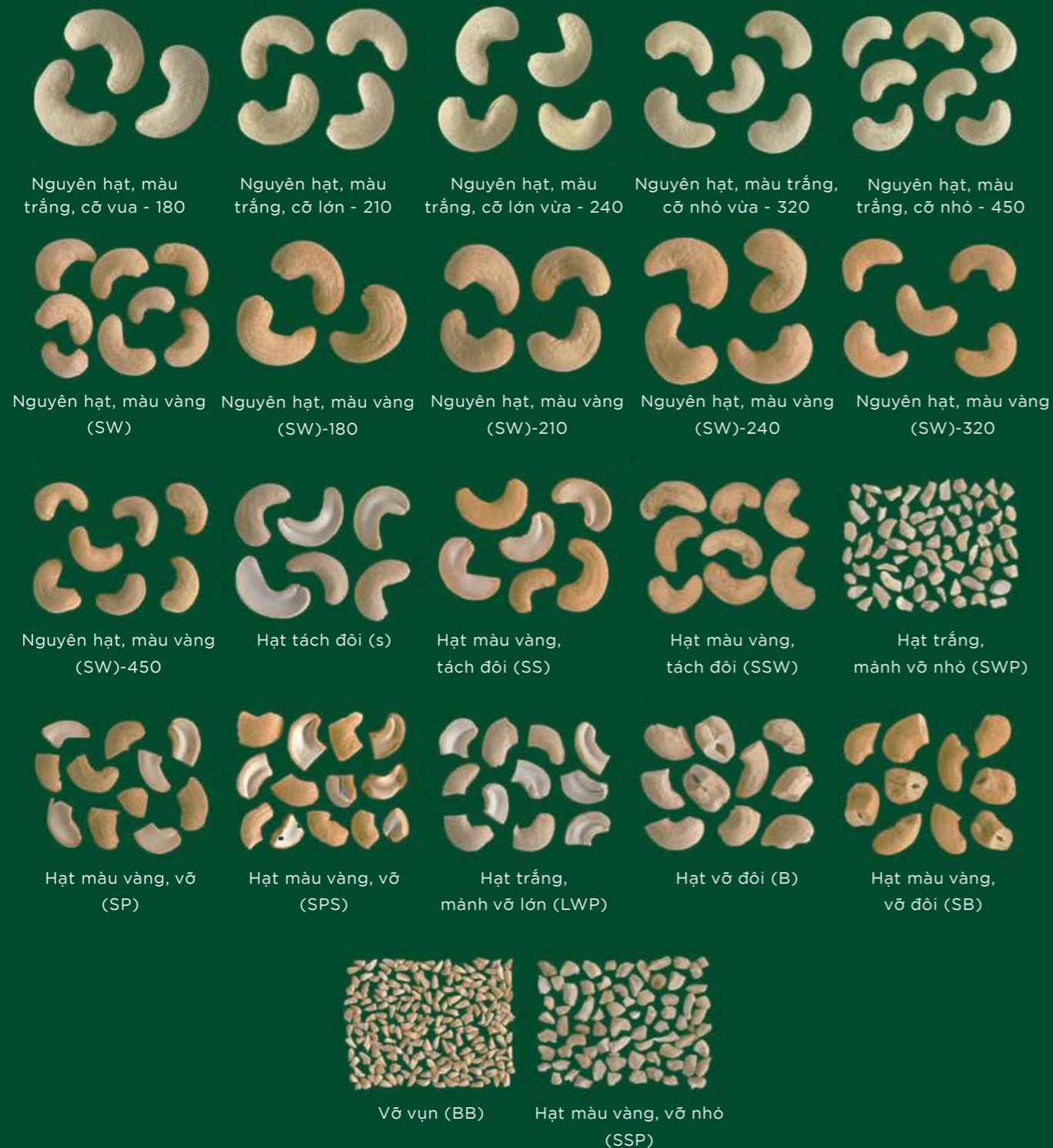
Hạng 5: Hạt cà phê hạng kém: Nhiều hơn 86 khuyết điểm.

Nguồn: Hiệp hội Cà phê Đặc sản Hoa Kỳ (SCAA)



Tiêu chuẩn chất lượng ảnh hưởng đến khả năng tiếp cận thị trường và giá cả đối với nông dân trồng cà phê Robusta ở tỉnh Đắk Lắk, miền Trung, Việt Nam.
Ảnh: ACIAR/Vietnam

BIỂU ĐỒ XẾP HẠNG HẠT ĐIỀU CỦA ẤN ĐỘ



Hình 2. Biểu đồ xếp hạng hạt điều của Ấn Độ

2. Các tiêu chuẩn công cấp quốc gia và quốc tế

Đây chủ yếu là những tiêu chuẩn về vệ sinh và kiểm dịch thực vật có liên quan với an toàn thực phẩm và bảo vệ sức khỏe cộng đồng. Một trong các tiêu chuẩn quốc tế được biết tới là Tiêu chuẩn Codex (xem Hộp 3).

Hộp 3: Ủy ban Tiêu chuẩn Thực phẩm quốc tế (Codex)

CODEX

Ủy ban Tiêu chuẩn Thực phẩm quốc tế (Codex) do Tổ chức Nông lương và Tổ chức Y tế Thế giới thành lập là cơ quan đặt ra các tiêu chuẩn quốc tế về thực phẩm. Codex phát triển các tiêu chuẩn, hướng dẫn và mã quốc tế cho các loại thực phẩm áp dụng trên thực tiễn nhằm xây dựng một bộ mã quốc tế cho thực phẩm góp phần vào việc đảm bảo sự an toàn, chất lượng và sự công bằng trong thương mại thực phẩm.

Tiêu chuẩn Codex là một tập hợp những tiêu chuẩn thực phẩm được áp dụng trên toàn cầu kèm theo các văn bản có liên quan được trình bày một cách đồng nhất. Những tiêu chuẩn thực phẩm này cùng với các văn bản liên quan hướng tới bảo vệ sức khỏe người tiêu dùng và đảm bảo thực hành công bằng trong thương mại thực phẩm. Việc ban hành Tiêu chuẩn Codex là nhằm hướng dẫn và xúc tiến sự hợp tác và xây dựng các định nghĩa và yêu cầu đối với thực phẩm để hỗ trợ điều phối, qua đó tạo điều kiện thuận lợi cho thương mại quốc tế.

Tiêu chuẩn Codex bao gồm những tiêu chuẩn áp dụng cho tất cả các loại thực phẩm chủ đạo, gồm cả loại chưa chế biến, được chế biến thành thành phẩm, và bán chế biến để cung cấp cho người tiêu dùng. Các loại nguyên liệu dùng để chế biến thành thức ăn cũng được đưa vào để đạt được mục tiêu như đã được xác định của Codex. Tiêu chuẩn Codex bao gồm các điều khoản về vệ sinh thực phẩm, phụ gia thực phẩm, dư lượng thuốc bảo vệ thực vật và tồn dư thuốc thú y, các chất gây ô nhiễm, nhãn hiệu và cách thức trình bày, phương pháp phân tích và lấy mẫu, thanh tra xuất nhập khẩu và cấp chứng chỉ.

Các tiêu chuẩn Codex và văn bản liên quan không thể dùng để thay thế, hay là lựa chọn khác thay thế cho các quy định luật pháp quốc gia. Luật pháp và thủ tục hành chính của mỗi quốc gia đều có các quy định riêng cần phải tuân thủ.

Các tiêu chuẩn Codex và văn bản liên quan đưa ra những yêu cầu đối với thực phẩm nhằm mang lại cho người tiêu dùng thực phẩm đảm bảo an toàn, lành mạnh không bị pha tạp, dán nhãn và công bố chuẩn xác. Tiêu chuẩn của Codex dành cho bất kỳ loại thực phẩm riêng biệt hoặc các loại thực phẩm chung nên tuân theo mẫu của Codex Quy định cho các Tiêu Chuẩn theo từng Loại Sản Phẩm và phải bao gồm các phần đã được định ra cho phù hợp.

Nguồn⁶

6. Tổ chức Lương thực và Nông nghiệp Liên Hiệp Quốc (FAO), 'Ủy ban Tiêu chuẩn Thực phẩm Quốc tế,' Tổ chức Lương thực và Nông nghiệp Liên Hiệp Quốc (FAO) và Tổ chức Y tế Thế Giới (WHO), <http://www.fao.org/fao-who-codexalimentarius/about-codex/en/>

3. Các tiêu chuẩn tư nhân cấp quốc gia và quốc tế

Trong hơn 15 năm qua, các tiêu chuẩn về an toàn chất lượng của tư nhân đã phát triển rộng khắp trong nhiều kênh thị trường do ngày càng có nhiều chuỗi giá trị phát triển theo nhu cầu của người mua. Điều này đặc biệt diễn ra ở các chuỗi giá trị sản phẩm nông nghiệp có giá trị cao, là chuỗi giá trị hiện nay chiếm tỷ trọng ngày càng lớn trong xuất khẩu nông sản từ châu Á và châu Mỹ Latin đến những thị trường của các nước đã phát triển. Ví dụ về các tiêu chuẩn tư nhân gồm GlobalGAP (bộ tiêu chuẩn thực hành nông nghiệp tốt toàn cầu); tiêu chuẩn Hữu cơ Organic, Tiêu chuẩn Fairtrade (thương mại bình đẳng) tổ chức FLO; Rainforest Alliance/Utz (tiêu chuẩn của Liên Minh Rừng Nhiệt Đới/ chứng nhận Utz về canh tác bền vững), và Chứng nhận Cà phê 4C.

Các tiêu chuẩn tư nhân thường nghiêm ngặt hơn và trong nhiều trường hợp có phạm vi rộng hơn so với tiêu chuẩn công⁷ - chẳng hạn như nó bao gồm cả các phương diện về xã hội, kinh tế và bền vững về môi trường cũng như các đặc tính của sản phẩm và an toàn thực phẩm. Tiêu chuẩn tư có thể được đánh giá phù hợp của bên thứ hai (thường do người mua sản phẩm) hoặc đánh giá phù hợp của bên thứ ba (đánh giá của một cơ quan độc lập⁸).

Trong nhiều trường hợp, các tiêu chuẩn tư phải được áp dụng vào ở những công đoạn khác nhau trong chuỗi giá trị để duy trì tính toàn vẹn của tiêu chuẩn. Điều này có nghĩa không thể đơn phương áp dụng một phần tiêu chuẩn vào một công đoạn nào đó của chuỗi giá trị - ví dụ, chứng nhận sản phẩm hữu cơ thì yêu cầu phải tuân theo các thực hành và kiểm soát ở tất cả các bước.

Các bước nhỏ để xác định tiêu chuẩn, quy định, nguyên tắc áp dụng vào chuỗi giá trị được trình bày dưới đây:

- Bắt đầu bằng việc phỏng vấn các tác nhân chính trong chuỗi giá trị (như các doanh nghiệp đầu ngành hoặc điều phối chuỗi giá trị, các nhà chế biến, nhà bán buôn, hay các nhà xuất khẩu chính), là những người có hiểu biết rõ nhất về các vấn đề này. Với những chuỗi giá trị tập trung ở cấp địa phương, các nhà bán buôn hay những người trung gian chính có thể là các nguồn thông tin quan trọng nhất về các quy định và tiêu chuẩn thực tế, vì trong những chuỗi giá trị này thì các quy định thương mại không chính thức sẽ phổ biến hơn.
- Cần tham khảo thêm các nguồn thông tin từ các trang web, quy chế và văn bản pháp luật để hiểu thêm các yêu cầu về các quy định và nguyên tắc khác nhau.
- Sau các cuộc phỏng vấn ban đầu, có thể phỏng vấn tiếp các tác nhân khác, thứ tự lần lượt theo các liên kết của các tác nhân ở đầu nguồn của chuỗi giá trị.
- Nên áp dụng phỏng vấn bán cấu trúc để thu thập thông tin. Những câu hỏi hướng dẫn trong Hộp 4 có thể hỗ trợ lấy thông tin từ những tác nhân cung cấp tin chính và các tác nhân khác.

Hộp 4: Các câu hỏi hướng dẫn dành cho những tác nhân cung cấp tin chính

- Tác nhân được hỏi cần tuân thủ những quy định, nguyên tắc, tiêu chuẩn (chính thức và không chính thức) nào để **hoạt động trong phân khúc thị trường** của họ?
- Nếu không tuân thủ sẽ dẫn đến những hậu quả gì?
- Các nguyên tắc chi dẫn về các chi tiết, giá cả, chất lượng, các công đoạn, thời gian giao hàng được trình bày hay trao đổi như thế nào?
- Người được phỏng vấn yêu cầu các nhà cung cấp của mình tuân theo những **quy định, nguyên tắc** nào?

Các câu hỏi hướng dẫn có liên quan đến từng quy định, nguyên tắc

- Những tác nhân (hay nhóm tác nhân) nào bị ảnh hưởng bởi các quy định đặt ra như hợp đồng và thỏa thuận không chính thức? Các quy định được trao đổi qua những hướng dẫn như thế nào, ví dụ quy định cụ thể về chất lượng, chi phí, thời gian giao hàng, đầu vào, trang thiết bị và các quy trình áp dụng trong sản xuất?
- Ưu, nhược điểm chính của việc tuân thủ là gì?
- Tại sao quy định lại cần thiết, nó giúp tăng tối đa hiệu quả và mức độ điều phối trong chuỗi giá trị như thế nào?
- Các quy định được thiết lập như thế nào, ai thiết lập, thiết lập khi nào? Theo thời gian, các quy định có những thay đổi lớn nào không, và những thay đổi đó có tác động đến việc kinh doanh không?
- Các nhóm mục tiêu như người nghèo, người dân tộc ít người, phụ nữ có nhận thức và hiểu biết gì về các quy định không? Có những hướng dẫn viết thành văn bản hay hợp đồng nào không? Các nhóm có hiểu được các điều khoản không?
- Các tác nhân có nhận được đánh giá về sự tuân thủ của họ đối với các quy định không? Quy trình học hỏi của họ có đủ để đảm bảo họ tuân thủ các quy tắc? Có những chế tài, thưởng phạt hay khích lệ nào nhằm thúc đẩy việc tuân thủ?

Những ưu điểm có thể là mở rộng tiếp cận thị trường, các hệ thống quản lý chất lượng tin cậy, và các kế hoạch sản xuất hiệu quả hơn. **Những hạn chế** có thể gồm chi phí cao hơn, tỷ suất lợi nhuận giảm, các yêu cầu phải đáp ứng về quy trình, công nghệ, quy mô và cả những khó khăn trong việc tìm kiếm nhà cung cấp địa phương hay lao động có tay nghề cao, nhằm tuân theo những yêu cầu đó.

7. T. Vandemoortele & K. Deconinck, 'Khi các tiêu chuẩn riêng khắt khe hơn các tiêu chuẩn công cộng?', *Tạp Chí Kinh Tế Nông Nghiệp Mỹ*, Hiệp hội kinh tế nông nghiệp và ứng dụng, tập. 96, số. 1, 2014, trang. 154-171.

8. Đánh giá phù hợp của bên thứ ba được tiến hành theo tiêu chuẩn ISO/IEC 17065:2012 và bản thân các cơ quan/tổ chức thực hiện đánh giá phù hợp bên thứ ba phải được chứng nhận có khả năng cung cấp dịch vụ theo ISO/IEC 17065:2012.

Sau khi phỏng vấn, ta sẽ thu thập đủ lượng thông tin để lập biểu đồ về các quy định chính, các tiêu chuẩn tự nguyện và các nguyên tắc thương mại có tác động đến từng phân khúc chuỗi giá trị, cùng với việc thực thi, khuyến khích và chế tài liên quan tới mỗi quy định dành cho các bên tham gia chuỗi giá trị (Hình 3).



Thử nghiệm

So sánh các kết quả giữa những nhóm tác nhân khác nhau

Thông tin quan trọng có thể được phát hiện khi so sánh các bảng biểu, sơ đồ và chỉ số theo các loại tác nhân khác nhau (như nhóm những nông dân nghèo, các nhà chế biến quy mô nhỏ).

Ví dụ, hãy thử so sánh sơ đồ các quy định ở mỗi nhóm tác nhân, vì điều đó sẽ giúp ta hiểu rõ về việc mỗi nhóm khác nhau thì nhận biết về tổng thể quản trị trong chuỗi giá trị như thế nào. Việc so sánh như vậy có thể chỉ ra khá rõ sự chênh lệch về thông tin ở mỗi nhóm tác nhân khác nhau.

Hình 3 đưa ra một ví dụ về cách trình bày thông tin về các tiêu chuẩn khác nhau áp dụng trong các kênh thị trường trong một chuỗi giá trị. Trong hình này là cách trình bày về những yêu cầu của một số tiêu chuẩn công và tư tại mỗi công đoạn trong chuỗi giá trị hạt điều.

Hình 3 trang tiếp theo



Hình 3. Ví dụ về các tiêu chuẩn và quy định ở các bước trong mỗi một công đoạn khác nhau của chuỗi giá trị

Bước 4 Phân tích tác động của các quy định và tiêu chuẩn lên tác nhân tham gia chuỗi giá trị

Bước này nhằm tìm hiểu được tác động của các quy định và tiêu chuẩn lên các tác nhân tham gia chuỗi giá trị, bao gồm:

- Ai giám sát việc tuân thủ các quy định?
- Những chế tài, xử phạt nào được áp dụng đối với sự bất tuân thủ?
- Những hình thức khuyến khích nào được dùng để thúc đẩy sự tuân thủ các quy định?
- Các hệ thống chế tài xử phạt và khích lệ có hiệu quả như thế nào?
- Các chi phí - lợi nhuận như thế nào; các ưu điểm và nhược điểm?

Việc thúc đẩy quá trình thực thi bao gồm những phương pháp và công cụ dùng để kiểm tra sự tuân thủ các quy định, và hệ thống các chế tài xử phạt dùng để đẩy mạnh sự tuân thủ đó. Khi quá trình thực thi không hiệu quả, thì các quy định đặt ra được, nhưng không giữ được. Yếu tố đầu tiên của việc thực thi là giám sát ở nhiều công đoạn khác nhau trong chuỗi. Yếu tố thứ hai là hệ thống chế tài xử phạt; có thể bao gồm cả thưởng (để khích lệ sự tuân thủ các quy định) lẫn phạt (đối với bên vi phạm).

Dù năng lực quản lý mang tính pháp lý của Chính có thể đóng vai trò quan trọng trong việc thực thi, nhưng không phải mỗi Chính mới đảm nhiệm chức năng đó. Bản thân các Chính cũng ngày càng có xu hướng trở thành các tác nhân của chuỗi giá trị. Chẳng hạn, khi chịu trách nhiệm đảm bảo an toàn thực phẩm thì các Chính đóng vai trò thúc đẩy chính trong phát triển chuỗi giá trị hiện đại và các tiêu chuẩn tư nhân. Ở một ví dụ khác, tùy thuộc vào hình thức điều phối, các doanh nghiệp đầu ngành có thể có khả năng áp đặt thực thi một cách quyết liệt để loại các nhà sản xuất yếu kém ra khỏi chuỗi bằng cách hủy hợp đồng hay giảm giá.

Điều này giúp tạo ra một danh sách các tác nhân tham gia vào hệ thống thực thi. Có hai dạng ma trận tách biệt có thể tạo lập được: một là về các tác nhân giám sát/các công cụ giám sát; dạng còn lại là các tác nhân xử phạt/công cụ xử phạt. Trong trường hợp thực thi, điều đặc biệt quan trọng là thu thập dữ liệu theo tần suất của các cuộc thanh tra ở mỗi tác nhân do các cơ quan giám sát khác nhau thực hiện. Một điều cũng quan trọng khác là ghi lại tần suất bị xử phạt theo các hình thức cụ thể của từng tác nhân. Cũng có thể phải so sánh các sơ đồ và bảng biểu theo các nhóm tác nhân khác nhau (nghèo/không nghèo, nam giới/phụ nữ, dân tộc chiếm đa số/dân tộc ít người v.v.).

Hộp 5 trang tiếp theo



Hộp 5: Những tác động của việc thay đổi các quy định đối với phụ nữ và nam giới bán hàng rong tại Hà Nội, Việt Nam

Ở Hà Nội, người bán hàng rong thường buôn bán rau, hoa, quả tươi trên các con phố. Tuy nhiên, các hoạt động bán hàng rong đã bị cấm ở một vài tuyến phố do những thay đổi về quy định và chính sách đô thị. Những thay đổi đó ảnh hưởng như thế nào đến phụ nữ và nam giới làm nghề bán hàng rong? Hãy xem xét việc này theo quan điểm giới.

Hệ thống thực phẩm không chính thức của Hà Nội được tổ chức dựa trên cả hai mối tương tác về kinh tế và xã hội, và do đó hệ thống phân chia cấp bậc quyền lực và các vấn đề liên quan đến giới sẽ khác so với ở các hệ thống chính thức. Phụ nữ hoạt động dựa trên các quan hệ xã hội nhiều hơn là tương tác kinh tế, còn nam giới lại có xu hướng hoạt động dựa vào vốn, gần giống như ở các hệ thống chính thức. Kết quả là, phụ nữ và nam giới gặp phải những khó khăn thách thức khác nhau trong việc duy trì hoạt động của mình khi đối mặt với các thay đổi cả về kinh tế lẫn chính sách. Ví dụ, hoạt động bán hàng rong của nam giới thiên về vốn nên anh ta sẽ hiếm khi tìm kiếm sự giúp đỡ từ những người bán hàng rong khác hay từ người nhà.

Hoạt động của nam giới dễ bị ảnh hưởng hơn theo chiều hướng họ phụ thuộc nhiều vào vốn và sức lao động của bản thân, ít được hỗ trợ, ít được bảo vệ khi đối phó với các biến cố. Tuy nhiên, nam giới dễ thích nghi hơn phụ nữ khi phải đối mặt với quá trình chính thức hóa khu vực thực phẩm phi chính thức, vì hoạt động của họ vốn dĩ đã dựa trên vốn, và do đó, họ đã quen với các hệ thống giao dịch chính thức hơn.

Nam giới cũng dễ thích nghi với sự thay đổi trong tương lai do các quy định, chẳng hạn như lệnh cấm hoạt động bán hàng rong trên một số tuyến phố, vì nhiều người trong số họ có thể di chuyển sang các phố khác và tiếp tục bán hàng ở bất cứ địa bàn nào. Trái lại, phụ nữ bán hàng rong có khả năng đối phó các cú sốc kinh tế và phục hồi nhanh hơn nhờ các hỗ trợ và mối quan hệ, mà qua đó họ có thể thiết lập lại công việc làm ăn mà không cần đến vốn. Song phụ nữ cũng gặp phải nhiều khó khăn hơn trong việc thích nghi với các thay đổi về chính sách, do hoạt động buôn bán của họ được vận hành và duy trì nhờ vào những mối quan hệ xã hội mang đặc trưng theo giới.

Nguồn⁹

9. N. Kawarazuka, C. Béné G. Prain, 'Thích nghi với môi trường đô thị hóa mới: chiến lược giới của người bán hàng rong tại Hà Nội', *Môi Trường & Đô Thị Hóa*, tập. 30, số. 1, 2018, trang. 233-248.

Bước 5 Phân tích hiểu biết và nhận thức của nhóm mục tiêu về các quy định, chuẩn mực và tiêu chuẩn

Mặc dù nông dân và các tác nhân chuỗi giá trị khác có thể là đối tượng thực hiện nhiều bộ tiêu chuẩn, quy tắc, họ vẫn có thể không hiểu được các quy tắc đó hoặc không được trao quyền để thực hiện. Mặt khác, những quy tắc, tiêu chuẩn chất lượng và chuẩn mực có thể không được ban hành thành văn bản, hoặc khác nhau trong các khu vực thị trường khác nhau. Chúng cũng có thể thay đổi để đáp ứng các nhu cầu của thị trường.

Trong bước này, điều quan trọng là đánh giá mức độ minh bạch trong việc giám sát và thực thi tuân thủ các quy định. Ví dụ: các yêu cầu về chất lượng có được quy định rõ ràng trong hợp đồng và được diễn giải ở một bộ các thông số cụ thể, không thể là các diễn giải một cách tự ý bởi một tác nhân nào? Các bên độc lập có được tham gia vào quá trình giám sát không, hay quá trình này hoàn toàn do các tác nhân có quyền lực quản lý? Khi một tác nhân tự quyền ra quyết định về kiểm soát chất lượng, cộng thêm sự chênh lệch về quyền lực, thì có thể tạo ra một hệ thống giám sát bất lợi cho người nghèo. Hơn nữa, khi tác nhân nào đó tự quyền quyết định các quy định thì có thể gây ra nạn tham nhũng.

Trong một số trường hợp, các tác nhân có vai trò như nhau có thể cùng nhau thực hiện theo dõi và giám sát mang tính tập thể, đó là hình thức được triển khai cho nhãn hiệu tập thể, chỉ dẫn địa lý, các hệ thống đảm bảo có sự tham gia và chứng nhận tập thể của các nhóm nông dân. Những phương thức này có thể đóng một vai trò quan trọng trong quá trình nâng cao kiến thức và tăng cường sự điều phối theo chiều ngang (hành động tập thể).

Theo phương pháp Lớp học Marketing cho Nông dân (FMS) do Dự án Thông tin Thị trường Nông nghiệp Campuchia CAMIP (do tổ chức CIDA tài trợ) sử dụng, các tác nhân của chuỗi giá trị (người sản xuất và người bán buôn) tiến hành chính thức hóa những tiêu chuẩn xếp hạng sản phẩm ở cấp độ địa phương bằng cách thảo luận về tiêu chí chất lượng thực tế và các tham số cho từng hạng sản phẩm. Mục tiêu là hướng tới một tiêu chuẩn xếp hạng sản phẩm được đồng thuận.

Bảng 1. Ví dụ Bảng xếp hạng của Lớp học Marketing cho Nông dân (Sản phẩm Hạt đậu đũa Kampot, Campuchia)

Tiêu chí	Loại 1	Loại 2	Loại 3
Độ dài	> 45 cm	> 30 cm < 45 cm	< 30 cm
Màu	Xanh sẫm	Xanh sẫm	Màu bất kỳ
Khuyết điểm	Không có khuyết điểm	< 5 khuyết điểm/hạt	> 5 khuyết điểm/hạt

Bước 6 Phân tích hình thức cung cấp thông tin và dịch vụ bên trong và bên ngoài

Các dịch vụ quyết định tới cách thức các tác nhân bên trong và ngoài chuỗi giá trị hỗ trợ những tác nhân tham gia chuỗi giá trị khác nhằm đáp ứng các yêu cầu của các quy định và nguyên tắc. Các dịch vụ có thể được cung cấp bởi các tác nhân bên trong chuỗi cung cấp, như ở trường hợp những tác nhân thu mua chính (hay đại lý thu mua của họ) trực tiếp giúp đỡ các nhà cung cấp của họ đạt được những tiêu chuẩn về chất lượng. Mặt khác, các tác nhân gián tiếp ngoài chuỗi giá trị cũng có khả năng cung cấp các dịch vụ này (bảng 2).

Trọng tâm của phân tích dịch vụ là hiểu rõ ai hỗ trợ các tác nhân tham gia chuỗi giá trị (và bằng cách nào) để trở thành nhà cung cấp tốt trong một hệ thống có sự phối hợp, và để tuân thủ các tiêu chuẩn, quy định hiện hành. Phân tích này cũng có thể giúp đánh giá liệu mức độ hỗ trợ có tương xứng với các yêu cầu nâng cấp chuỗi giá trị hay không.

Các câu hỏi chính được đặt ra là: ai cung cấp sự hỗ trợ cho các tác nhân tham gia chuỗi giá trị; có các hình thức hỗ trợ nào cho các nhóm tác nhân khác nhau; mức độ hài lòng của các loại tác nhân khác nhau đối với các dịch vụ, hỗ trợ được cung cấp là gì; những liên kết hay dịch vụ nào cần được cải thiện?

Cần đặc biệt chú ý để nắm được cách thức mà các tác nhân trong hay ngoài chuỗi giá trị cung cấp sự hỗ trợ cho các thành viên từ các nhóm yếu thế để họ hiểu và tuân thủ những yêu cầu thương mại và quy định pháp lý.

Bảng 2. Các tác nhân trực tiếp và gián tiếp hỗ trợ doanh nghiệp đáp ứng các quy tắc chuỗi

	Các nhân tố thay đổi	Nguồn dữ liệu
Các tác nhân gián tiếp	<ul style="list-style-type: none"> Các công ty tư vấn Các mạng lưới học tập Các cơ quan nhà nước Các tổ chức cấp chứng nhận 	<ul style="list-style-type: none"> Phòng vấn các nhà tư vấn Giám đốc điều hành hay quản lý sản xuất của các doanh nghiệp Giám đốc điều hành các Hiệp hội doanh nghiệp hay quản lý sản xuất của các doanh nghiệp Phòng vấn các cán bộ nhà nước (cả cấp địa phương và trung ương) chịu trách nhiệm về chính sách của ngành

Bảng 2. Các tác nhân trực tiếp và gián tiếp hỗ trợ doanh nghiệp đáp ứng các quy tắc chuỗi (tiếp)

	Các nhân tố thay đổi	Nguồn dữ liệu
Các tác nhân trực tiếp	<ul style="list-style-type: none"> Doanh nghiệp định ra quy tắc Đại lý/đại diện thu mua của doanh nghiệp định ra quy tắc Các nhà cung cấp cấp 1 hay các nhà cung cấp chủ chốt cho doanh nghiệp định ra quy tắc 	<ul style="list-style-type: none"> Quản lý chuỗi cung ứng hoặc bộ phận thu mua của các doanh nghiệp thu mua Giám đốc điều hành hoặc quản lý sản xuất của các doanh nghiệp cung ứng Phòng vấn các đại lý hoặc giám đốc điều hành của doanh nghiệp tiếp nhận

Những Điều Cần Biết sau khi Hoàn Thành Phân Tích

Sau khi đã thực hiện tất cả các bước, người phân tích cần có được một bức tranh rõ nét về các kiểu điều phối, cũng như những tiêu chuẩn, quy định, nguyên tắc của chuỗi giá trị. Bước 4 và bước 5 cần mô tả được những khó khăn thách thức chủ yếu mà các hình thức quản trị thể hiện nhằm phát triển các chuỗi giá trị mang tính bao trùm xã hội. Bước 6 cần giúp xác định ra các tác nhân bên trong và bên ngoài chuỗi có thể hỗ trợ các tác nhân của chuỗi giá trị vượt qua những khó khăn thách thức ấy.

Cần trả lời được những câu hỏi chính dưới đây:

- Các hình thức điều phối của chuỗi giá trị là gì?
- Vai trò của các doanh nghiệp đầu ngành trong điều phối là gì?
- Các nhóm mục tiêu sẽ phù hợp với vị trí nào trong chuỗi giá trị với các hình thức điều phối khác nhau?
- Những quy định chính thức và không chính thức nào có thể quản lý các hành động của các tác nhân tham gia chuỗi giá trị?
- Các quy tắc được theo dõi và thực thi như thế nào? Những chế tài xử phạt và khích lệ được sử dụng giúp các quy tắc trở nên có hiệu quả là gì?
- Các tác nhân yếu thế trong chuỗi giá trị có tiếp cận được thông tin về các quy định chính thức và không chính thức, mang tính quyết định cho sự tham gia của họ vào các chuỗi hay không?
- Các tác nhân nữ có thể tiếp cận thông tin như các tác nhân nam hay không? Những dịch vụ nào được cung cấp cho các người sản xuất là nữ và nam giới thông qua các hình thức điều phối?
- Có những hệ thống nào được đánh giá là hiệu quả để hỗ trợ các tác nhân tham gia đáp ứng được các yêu cầu và quy định trong chuỗi giá trị?



Những người bán hàng rong, chủ yếu là phụ nữ, đóng một phần quan trọng của hệ thống thực phẩm địa phương ở Hà Nội.
Ảnh: ©2015CIAT/GeorginaSmith

Công cụ 4

Liên Kết, Quyền Lực và Sự Tin Tưởng

Giới Thiệu	156
Mục Tiêu	160
Các Bước Thực Hiện	160
Bước 1 Phân tích liên kết	161
Bước 2 Phân tích quyền lực	164
Bước 3 Phân tích sự tin tưởng	170
Những Điều Cần Biết sau khi Hoàn Thành Phân Tích	174

Giới Thiệu

Phát triển các mối quan hệ tích cực, các liên kết và sự tin tưởng giữa các cá nhân, các nhóm và doanh nghiệp là nền tảng để chuỗi giá trị hoạt động hiệu quả, có khả năng cạnh tranh và bao trùm. Những mối liên kết bền chặt cùng với sự tin tưởng lẫn nhau là hết sức cần thiết cho sự hợp tác và điều phối hiệu quả giữa các tác nhân trong chuỗi giá trị. Đây cũng là điểm mấu chốt của những can thiệp nhằm hỗ trợ các nông hộ nhỏ, doanh nghiệp nông nghiệp có quy mô nhỏ và các nhóm yếu thế tiếp cận được với những thị trường, với thông tin và công nghệ mới.

Liên kết và sự tin tưởng là hai loại vốn xã hội quan trọng tác động đáng kể đến cấu trúc, sự vận hành và hiệu suất của chuỗi giá trị. Liên kết là mối quan hệ kinh doanh hiện hữu, có cấu trúc giữa người mua và người bán hàng hoá và dịch vụ trong chuỗi giá trị, cũng như các kết nối với các tổ chức bên ngoài và các tác nhân gián tiếp. Ngược lại, sự tin tưởng, giá trị và chuẩn mực đều là các yếu tố chủ quan, vô hình của vốn xã hội trong các chuỗi giá trị.

Hộp 1: “Cà phê thu mua theo quan hệ”, sự tin cậy và liên kết trong ngành Cà phê Đặc sản

Kể từ cuối những năm 2000, xu hướng phát triển trong ngành Cà phê Đặc Sản là các đơn vị thu mua cà phê để rang xay tìm kiếm liên kết thị trường trực tiếp với các nhà cung ứng, nhằm củng cố niềm tin vững chắc hơn cho người tiêu dùng về chất lượng cà phê. Đây là yếu tố then chốt khi phát triển các thương hiệu thị trường ngách có chuỗi có giá trị cao - một yếu tố quan trọng trong các mối quan hệ thương mại bền vững. Xu hướng này đã bắt đầu cùng với một phong trào hướng tới “Thương Mại Trực Tiếp”. Đầu tiên, các đơn vị rang xay nhỏ đến các vùng trồng cà phê và trực tiếp mua một số lượng nhỏ cà phê từ nông dân trồng cà phê và hợp tác xã. Khi mô hình này được nhân rộng, các nhà rang xay cà phê bắt đầu mua cà phê qua một kênh trực tiếp ở nước xuất xứ của sản phẩm, thay vì mua từ một nhà nhập khẩu ở nước tiêu thụ. Ngày nay, giao dịch này chủ yếu được thực hiện qua thư điện tử và cũng không còn bất kỳ liên hệ quan trọng hay cam kết cụ thể nào với người sản xuất nữa.

Một số nhà rang xay rất nhạy bén về tình hình xã hội, họ đang rời khỏi mô hình thương mại trực tiếp vì họ nhận thấy rằng, nếu không có quản trị và trách nhiệm cần thiết, thì thương mại trực tiếp là xu thế, và chiến lược thương mại hóa sản phẩm khó tạo nên các mối quan hệ lâu dài gắn với sự tin tưởng trong chuỗi giá trị. Các nhà rang xay cà phê lúc này đang hướng tới mô hình “cà phê thu mua theo quan hệ”, là loại mô hình đặt trọng tâm vào sự phát triển các mối quan hệ về lâu dài và dựa trên cơ sở lòng tin. Trên thực tế, điều đó có nghĩa là (i) cam kết mua cà phê từ các nhà cung cấp trong thời gian dài (nhiều năm) và đầu tư cải thiện chất lượng, và (ii) mua toàn bộ các sản phẩm của một nông trại hoặc hợp tác xã (hoặc ít nhất mua số lượng đủ để giữ vững mối quan hệ và sự đầu tư).

Với quy mô tương đối nhỏ như hiện tại, mô hình dựa trên lòng tin, thu mua theo quan hệ này có vẻ rất tiềm năng. Một đơn vị thu mua rang xay cho biết: “*Chúng tôi muốn các nhà sản xuất biết rằng chúng tôi sẽ quay lại, rằng các khoản đầu tư vào cà phê của họ không hề liều lĩnh mà dựa trên cơ sở tin tưởng, thể hiện ở những cam kết của của chúng tôi. Ở tất cả những nơi chúng tôi triển khai mô hình này, chúng tôi đều thấy sự cải thiện cả về chất lượng và số lượng. Khi sự cam kết và mối quan hệ được xây dựng bền chặt thì điều cần bàn nhất là khách hàng và cộng đồng sẽ có được những trải nghiệm về một loại cà phê tốt hơn và đúng chất hơn*”¹.

1. 'Nguồn cung cà phê Phần 1: Hàng hoá và Thương mại trực tiếp', Saint Frank Coffee, tháng 7, 2019, <https://www.saintfrankcoffee.com/blogs/blog/relational-coffee-sourcing-part-1-commodities-and-direct-trade>

Liên kết và sự tin tưởng ở cấp vi mô được tạo lập giữa các cá nhân, hộ gia đình và doanh nghiệp trong chuỗi giá trị. Chúng cũng tồn tại ở mức cao hơn là cấp trung bình và vĩ mô giữa các nhóm, hiệp hội ở cấp quận, huyện, quốc gia, và các tổ chức hoạt động bên trong hoặc bên ngoài có ảnh hưởng tới chuỗi giá trị.



Thuật ngữ

Để hiểu rõ hơn về mục đích của Công cụ này:

Liên kết là mối quan hệ hoặc sự kết nối kinh doanh giữa các tác nhân, doanh nghiệp và tổ chức khác nhau trong chuỗi giá trị hoặc mạng lưới.

Quyền lực là năng lực hay khả năng kiểm soát, định hướng hoặc gây ảnh hưởng ứng xử của các tác nhân khác hoặc tiến trình của các sự kiện trong chuỗi giá trị.

Sự tin tưởng là vốn xã hội được hình thành giữa hai bên, giúp các mối liên kết trở nên hiệu quả hơn thông qua việc giảm chi phí giao dịch.

Tăng cường các mối liên kết và sự tin tưởng giữa các tác nhân khác nhau trong hệ thống thương mại hóa sản phẩm sẽ là nền móng để tìm kiếm các giải pháp cho những trở ngại khác: xây dựng các hệ thống hợp đồng; nâng cấp hệ thống sau thu hoạch và vận chuyển; cải thiện chất lượng; và sử dụng hiệu quả thông tin thị trường.

Quyền lực, lòng tin và các mối liên kết gắn bó chặt chẽ với nhau trong chuỗi giá trị. Các tổ chức thiếu liên kết sẽ không đủ để “tin tưởng” lẫn nhau, ngay cả khi họ không “mất lòng tin” đối với bên kia. Ngược lại, sự tin tưởng có thể không quan trọng nếu tồn tại các chế tài thúc đẩy việc thực thi nhằm đảm bảo các bên phải tuân thủ những quy tắc kiểm soát các mối quan hệ của họ (ví dụ, hợp đồng và các công cụ pháp lý khác). Tuy nhiên, khi không có chế tài thúc đẩy quá trình thực thi hiệu quả này, thì các liên kết thiếu sự tin tưởng sẽ rất lỏng lẻo.

Các mối liên kết, quyền lực và các mối quan hệ dựa trên sự tin tưởng tồn tại theo chiều dọc và chiều ngang của chuỗi giá trị. Liên kết “dọc” là các kết nối giữa tác nhân dọc theo chuỗi giá trị. Liên kết “ngang” tồn tại giữa các tác nhân ở cùng cấp độ trong chuỗi giá trị, ví dụ: những nông dân cùng hợp tác với với nhau, hoặc các công ty cạnh tranh cùng kêu gọi đầu tư cho nghiên cứu ứng dụng cho lĩnh vực của mình hoặc hợp tác trong tiêu thụ và xúc tiến xuất khẩu.



Kết nối thị trường. Tác nhân rang xay cà phê tại Jakarta này đã phát triển mối quan hệ thương mại trực tiếp với nông dân trồng cà phê trên đảo Flores, mang lại cơ hội sinh kế mới trong khu vực.
Ảnh: Jeff Neilson

Mục Tiêu

Mục tiêu chính trong việc phân tích liên kết, quyền lực và sự tin tưởng là nhằm:

- Xác định các mối liên kết và quan hệ giữa các tác nhân khác nhau trong chuỗi giá trị;
- Hiểu được các mối liên kết, sự tin tưởng và mối quan hệ quyền lực giữa các tác nhân khác nhau, ảnh hưởng đến kết quả hoạt động của chuỗi giá trị và tác động lên các nhóm tác nhân khác nhau bao gồm cả người nghèo và phụ nữ như thế nào; và
- Xác định các xuất phát điểm và các can thiệp nhằm cải thiện các mối liên kết và quan hệ giữa các tác nhân khác nhau để phát triển được các chuỗi giá trị có khả năng cạnh tranh và bao trùm hơn.

Các Bước Thực Hiện

Sử dụng các phương pháp phỏng vấn tác nhân cung cấp thông tin chính, thảo luận nhóm, quan sát trực tiếp các tác nhân chính trong chuỗi để thu thập thông tin và dữ liệu cần thiết phục vụ cho phân tích các mối liên kết, quyền lực và sự tin tưởng.

Có thể thu thập thông tin từ các hoạt động có sự tham gia với các tác nhân cùng loại (ví dụ: chỉ với nông dân), hoặc nhóm hỗn hợp (ví dụ: nhà cung ứng đầu vào, nông dân, thương nhân, và các nhà bán lẻ). Trong vài trường hợp, tổ chức thu thập thông tin riêng rẽ theo các nhóm như phụ nữ, nam giới, các hộ gia đình có thu nhập thấp và cao, hoặc các nhóm dân tộc ít người sẽ hiệu quả hơn



Liên kết thị trường. Người mua từ các cửa hàng bán lẻ hiện đại ở Hà Nội kiểm tra rau với nông dân ở Mộc Châu, miền Bắc Việt Nam.
Ảnh: Bùi Thị Hằng

Bước 1 Phân tích liên kết

khi muốn thu thập được quan điểm riêng của từng nhóm (xem 3. Phương pháp và Thu thập Dữ liệu) để biết thêm thông tin về các phương pháp này.

Phân tích liên kết bao gồm xác định hình thức kết nối giữa các tổ chức và tác nhân với nhau, lý do cho những liên kết này và ưu điểm của chúng, và đánh giá xem các liên kết này có lợi hay không.

Các tác nhân trong chuỗi giá trị liên kết với nhau vì họ nhận thấy một số lợi ích mà họ sẽ đạt được. Xác định những lợi ích này (hoặc những lợi ích chưa nhìn thấy ở liên kết) về lâu dài giúp ta hiểu được những trở ngại để có được những mối liên kết chặt chẽ hơn hay để nâng cao lòng tin giữa các tác nhân tham gia trong chuỗi giá trị.

Có thể sử dụng các tiêu chí dưới đây để mô tả các liên kết và kết nối giữa các cá nhân, nhóm, và tổ chức theo cả chiều ngang và chiều dọc trong chuỗi giá trị:

- **Các liên kết** hoặc kết nối **đang tồn tại**;
- **Lý do** cho các liên kết đó;
- **Tầm quan trọng** hoặc thể mạnh của liên kết;
- **Ảnh hưởng** giữa các tác nhân và nhóm khác nhau;
- **Tần suất** trao đổi (không thường xuyên; hàng năm; rất thường xuyên; hàng ngày hoặc hàng tuần);
- **Chính thức** (thỏa thuận không chính thức, qua lời nói cho đến hợp đồng bằng văn bản hoặc trở thành thành viên); và
- **Sự tin tưởng** và mối quan hệ **quyền lực** giữa các tác nhân, doanh nghiệp và nhóm với nhau (xem bên dưới).

Có thể sử dụng các bước nhỏ dưới đây để thu thập và phân tích thông tin từ các tác nhân về liên kết và kết nối chuỗi giá trị:

- Xác định và lập sơ đồ các tác nhân trực tiếp và các tác nhân gián tiếp và các tổ chức, cơ quan bên ngoài có vai trò quan trọng trong cung cấp các dịch vụ và chức năng hỗ trợ cho chuỗi, (sử dụng Sơ đồ Chuỗi giá trị được lập ở Công cụ 2);
- Xác định các phân nhóm tác nhân quan trọng (từ Công cụ 2);
- Xác định một bộ tiêu chí chính mô tả đặc điểm các liên kết (dùng danh sách bên trên làm hướng dẫn). Để đánh giá nhanh, có thể tiếp cận và mô tả một cách đơn giản ưu điểm và bản chất của các liên kết của tác nhân với các tác nhân và nhóm khác;
- Lập bảng hoặc ma trận các chỉ số liên kết (theo cột) và các tác nhân chính, nhóm nhỏ, các tổ chức, cơ quan (theo hàng);
- Mô tả các liên kết ngang và liên kết dọc giữa các tác nhân, nhóm, tổ chức và cơ quan có sự tương tác với nhau bằng việc sử dụng thông tin thu thập được từ các cuộc phỏng vấn hoặc các hoạt động với mỗi nhóm mục tiêu;

Bảng 1. Ma trận các chỉ số liên kết của các nhóm mục tiêu được phỏng vấn với các tác nhân, nhóm và tổ chức khác

	Sự tồn tại của liên kết	Mục đích	Tầm quan trọng	Ảnh hưởng	Tần suất	Hình thức	Đánh giá tổng thể
Nhà cung cấp đầu vào							
Nông dân							
Nhóm nông dân							
Hội chuyên ngành							
Người thu gom/thương nhân địa phương							
Người cho vay							
Ngân hàng hoặc tổ chức tài chính							
Dịch vụ khuyến nông							

Bước 2 Phân tích quyền lực

Tầm quan trọng của quyền lực

Quyền lực là năng lực hay khả năng kiểm soát, định hướng, hoặc ảnh hưởng đến ứng xử của tác nhân khác hoặc các hoạt động trong chuỗi giá trị. Các tác nhân có thuận lợi trong tiếp cận với tài sản và nguồn lực quan trọng thì có nhiều quyền lực hơn và có khả năng ảnh hưởng đến tác nhân khác trong chuỗi. Tài sản quan trọng có thể là nguồn lực hữu hình (ví dụ như vốn, đất đai, hoặc tín dụng) và vô hình (như thông tin thị trường, kiến thức, mối quan hệ cá nhân, hoặc danh tiếng).

Các mối quan hệ về quyền lực và sự chênh lệch (không cân bằng) về quyền lực có thể tồn tại giữa các cá nhân và nhóm như hộ gia đình, doanh nghiệp, tổ chức, và thậm chí là những người tiêu dùng. Mối quan hệ quyền lực có thể tồn tại theo chiều dọc giữa các tác nhân trong chuỗi (ví dụ như ảnh hưởng của các doanh nghiệp đầu ngành với nông dân và nhà cung cấp), hoặc theo chiều ngang giữa các tác nhân và các nhóm tác nhân ở cùng cấp trong chuỗi (ví dụ ảnh hưởng của nông dân có điều kiện kinh tế hơn và có quan hệ thương mại quy mô lớn hơn lên các nông dân kinh doanh nhỏ).

Phát triển các chuỗi giá trị bao trùm đòi hỏi sự hiểu biết về vị trí tương đối của quyền lực và ảnh hưởng giữa các tác nhân, doanh nghiệp, nhóm và các tác động của sự chênh lệch về quyền lực giữa các tác nhân. Điều này đặc biệt quan trọng đối với các cá nhân



Nông dân vùng Semendo, Sumatra đang ở tại các chòi tại trang trại trong thời gian thu hoạch cà phê Robusta cho các thị trường thương mại quy mô lớn.
Ảnh: Jeff Neilson

hoặc nhóm yếu thế như người nghèo, phụ nữ, dân tộc ít người, nông hộ nhỏ, công nhân hoặc doanh nghiệp nhỏ. Tùy thuộc vào hiện trạng và động lực liên quan, các tác nhân có quyền lực như các doanh nghiệp đầu ngành có thể ảnh hưởng tích cực hoặc tiêu cực đến hiệu quả hoạt động của chuỗi giá trị, và đặc biệt là ảnh hưởng đến các tác nhân yếu thế hoặc ít quyền lực hơn.

Nhà nghiên cứu Dallas cùng cộng sự (2017³, 2019⁴) đã phát triển cách phân loại quyền lực trong các chuỗi giá trị theo hai chiều: (i) các tương tác của tác nhân (một đối một hoặc tập thể); và (ii) việc sử dụng quyền lực (trực tiếp hoặc theo cách phân tán). Kết hợp hai chiều này sẽ tạo ra một dạng gồm bốn loại quyền lực khác nhau trong chuỗi giá trị (xem Hộp 2).

Hộp 2: Các loại quyền lực trong các chuỗi giá trị toàn cầu

Quyền lực trong thương lượng (Một đối một/trực tiếp) là hình thức quyền lực phổ biến nhất được công nhận trong chuỗi giá trị. Kiểu này thường để chỉ mối liên kết giữ người mua và bên cung cấp. Do đó, kiểu quyền lực này tương tự như 'quyền lực của doanh nghiệp đầu ngành'. Quyền lực trong thương lượng phụ thuộc vào chuyên môn sản xuất của doanh nghiệp đầu ngành, tầm kiểm soát các kênh phân phối, thiết kế và quan hệ khách hàng ở các thị trường đích.

Quyền lực minh chứng (Một đối một/phân tán) đề cập đến ảnh hưởng của mối quan hệ giữa doanh nghiệp và nhà cung ứng, tác động lên ứng xử của các nhà cung ứng khác và các nhà cung ứng tiềm năng, khi doanh nghiệp không dùng quyền lực tác động trực tiếp đến họ. Chẳng hạn như việc truyền bá những yêu cầu hoặc nhu cầu mới sẽ dẫn tới việc nâng cấp chuỗi có thể khiến các đối thủ cung cấp cạnh tranh phải thích ứng theo nếu muốn tham gia vào chuỗi.

Quyền lực thể chế (Tập thể/trực tiếp) được thực hiện bởi các nhóm chính thống như hiệp hội doanh nghiệp, các sáng kiến có sự tham gia của nhiều tác nhân, hoặc Chính. Thay vì xuất phát từ các nguồn lực do một tổ chức đơn lẻ kiểm soát (giống như trong trường hợp quyền lực thương lượng), quyền lực thể chế phụ thuộc vào hành động chiến lược của các nhóm tác nhân hoặc vào việc tuân thủ các quy tắc do các tác nhân này đặt ra. Do đó, quyền lực thể chế có thể bị suy yếu nếu nhóm tác nhân này gặp các vấn đề hành động tập thể lớn.

Quyền lực cấu thành (Tập thể/phân tán) thể hiện trong các liên kết tập thể mà không có cơ quan đầu mối được thể chế hóa, có vai trò định hướng ảnh hưởng. Thay vào đó, quyền lực được bắt nguồn từ các cá nhân và các nhóm hoạt động riêng rẽ nhưng lại mang tính quyền lực tập thể - ví dụ, bằng cách tăng dần nhu cầu đối với một sản phẩm nhất định hoặc tuân thủ các chuẩn mực hiện có hoặc mới xuất hiện.

Nguồn^{4,5}

3. M. Dallas, S. Ponte, T. Sturgeon, 'Một loại hình quyền lực trong chuỗi giá trị toàn cầu', *Tài liệu về Kinh doanh và Chính trị* 92, Trường Kinh doanh Copenhagen, 2007, <https://openarchive.cbs.dk/bitstream/handle/10398/9503/DBP%20Working%20Paper%2092.pdf?sequence=4>

4. M. Dallas, S. Ponte và T. Sturgeon, 'Quyền lực trong chuỗi giá trị toàn cầu', *Đánh giá về kinh tế chính trị quốc tế*, tập 26, số 4, 2019, trang. 666-694, <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/09692290.2019.1608284>

5. J. Grabs và S. Ponte, 'Sự phát triển của quyền lực trong chuỗi giá trị cà phê toàn cầu và mạng lưới sản xuất', *Tạp chí Địa lý kinh tế*, tập 19, số 4, tháng 7 năm 2019, trang. 803-828, <https://doi.org/10.1093/jeg/lbz008>



Niềm tin và quyền lực. Nông dân chờ đàm phán mua bán rau với thương nhân tại chợ Aungban ở bang Shan phía Nam, Miến Điện.
Ảnh: FocusGroupGo/Rodd Dyer

Hộp 2: Các loại quyền lực trong các chuỗi giá trị toàn cầu (tiếp)		
	Tương tác trực tiếp	Tương tác phân tán
Một đối một	Quyền lực thương lượng (hoạt động trong mối quan hệ giữa doanh nghiệp với doanh nghiệp có sự chênh lệch về quyền lực)	Quyền lực minh chứng (hoạt động thông qua các cơ chế truyền đạt một cách không chính thức dọc theo chuỗi giá trị)
Tập thể	Quyền lực thể chế (hoạt động thông qua quy định của Chính, sáng kiến giữa các bên hoặc các hình thức thể chế hóa khác)	Quyền lực cấu thành (hoạt động thông qua những chuẩn mực, quy ước và thông lệ được chấp nhận rộng rãi hoặc được coi là hiển nhiên và các thực hành tốt nhất)

Bước 2

Phân tích quyền lực

(Tiếp)

Có thể sử dụng tầm ảnh hưởng và quyền kiểm soát của các tác nhân hoặc nhóm tác nhân để đem lại các lợi ích tích cực, chẳng hạn như khi một mô hình kinh doanh hoặc thực hành có tính bao trùm thì có thể giúp các doanh nghiệp nhỏ tiếp cận công nghệ, thông tin và tín dụng. Quyền lực cũng có thể dẫn tới các kết quả tiêu cực thông qua phân bổ lại lợi ích trong chuỗi giá trị, như việc mang lại lợi ích cho thiểu số các tác nhân trong khi bất công với đa số các tác nhân khác.

Có thể dùng một bộ chỉ số để đánh giá quyền lực và ảnh hưởng tương đối của các tác nhân và nhóm khác nhau hoạt động trong chuỗi. Ví dụ về các chỉ số bao gồm khả năng tương đối của các tác nhân và nhóm khác nhau trong:

- Kiểm soát và tác động đến giá cả, cung hoặc cầu nhờ vào điều kiện tốt hơn về vốn tài chính, quy mô hoạt động lớn hơn, hoạt động trên vùng địa lý rộng và mua với số lượng lớn hơn;
- Kiểm soát sự tiếp cận với các nguồn lực hoặc chất lượng của các nguồn lực như đất đai, lao động và tài nguyên thiên nhiên;
- Thiết lập và thực thi các tiêu chuẩn sản phẩm và quy trình và thông số cụ thể về chất lượng;
- Áp đặt và thi hành hình phạt và chế tài;
- Thiết lập và thực thi các quy tắc và quy định;
- Sở hữu giấy phép, chứng chỉ, thương hiệu hoặc nhãn hiệu riêng cần thiết để tiếp cận thị trường;
- Tiếp cận và kiểm soát thông tin và kiến thức quan trọng;
- Tiếp cận và kiểm soát các công nghệ và tiến bộ kỹ thuật; và
- Tiếp cận và tác động đến các tổ chức cộng đồng, Chính, cơ quan quản lý và tài chính.

Phân tích quyền lực tương đối của các tác nhân và các nhóm chính

Các bước hướng dẫn sau đây giúp chúng ta tổ chức đánh giá định tính về quyền lực nắm giữ bởi các tác nhân khác nhau:

- Liệt kê tất cả các tác nhân trực tiếp và gián tiếp có liên quan, bao gồm các nhóm mục tiêu quan trọng từ Bàn đồ Chuỗi Giá Trị và các phân loại được nêu trong Công cụ 2;
- Xác định các chỉ số quyền lực phù hợp với chuỗi giá trị (rút ra từ danh sách trên và ghi nhớ bốn loại hình quyền lực được mô tả trong Hộp 2). Đánh giá nhanh bằng cách hỏi xem tác nhân nào có quyền lực nhất trong chuỗi và tại sao;
- Đánh giá một cách định tính một cách tương đối khả năng kiểm soát và ảnh hưởng đến các tác nhân và nhóm tác nhân khác bằng cách sử dụng một loạt các chỉ số về quyền lực (từ không đến rất cao). Sử dụng ma trận và chấm điểm hoặc xếp hạng nếu hữu ích;
- Mô tả đánh giá xem có ảnh hưởng tích cực hay tiêu cực không, và tại sao;
- Lập một đánh giá tổng hợp và mô tả đặc điểm của cấp độ quyền lực tổng thể (từ không đến mức độ quyền lực cao) cho từng tác nhân và nhóm tác nhân;
- Xác định các lĩnh vực mà nhóm mục tiêu đang bị tác động bất lợi hoặc bị hạn chế bởi sự kiểm soát và ảnh hưởng của các tác nhân có quyền lực; và xác định các xuất phát điểm làm cơ sở để triển khai các can thiệp nhằm thúc đẩy chuỗi giá trị theo hướng bao trùm hơn.

Hợp tác giữa nông dân. Phụ nữ giới thiệu các loại rau mà họ thu hoạch từ vườn cộng đồng của họ ở tỉnh Nam Cotabato, Mindanao, miền Nam Philippines.
Photo: ACIAR/Jeffrey Maitem



Bước 3 Phân tích sự tin tưởng

Tầm quan trọng của sự tin tưởng

Sự tin tưởng là niềm tin vững chắc vào sự thật hoặc khả năng của một ai đó, một sản phẩm hoặc quy trình trong chuỗi giá trị. Sự tin tưởng được mô tả qua việc chia sẻ kiến thức và nguồn lực khi các công ty trong chuỗi giá trị tương tác và hợp tác cùng nhau⁶.

Mức độ tin tưởng cao giữa và trong nội tại các tác nhân và doanh nghiệp là yếu tố quan trọng để các chuỗi nông sản thực phẩm hoạt động hiệu quả, cạnh tranh và mang tính bao trùm. Trên nhiều thị trường, việc tạo lập, duy trì và bày tỏ sự tin tưởng giữa các doanh nghiệp trên toàn bộ chuỗi thực phẩm là hết sức cần thiết⁷. Các cá nhân và doanh nghiệp hoạt động trong các chuỗi giá trị cần tin tưởng rằng người mua sẽ tiếp tục đặt hàng, các đơn hàng đó sẽ được vận chuyển nhất quán và đúng hạn, các yêu cầu về thông số kỹ thuật của sản phẩm và chất lượng sẽ được đảm bảo, giá cả sẽ hợp lý, thanh toán sòng phẳng, các quy trình và quy tắc vận hành cần thiết sẽ được tuân thủ, thực phẩm sẽ được đảm bảo an toàn không chứa chất gây độc hại, và các thông tin chia sẻ và khuyến nghị đều đáng tin. Sự tin tưởng là đặc biệt cần thiết để vượt qua các cản trở, cải thiện tính hiệu quả, và giảm chi phí trong các chuỗi giá trị toàn cầu, nơi người mua và người bán ở rất xa nhau vượt qua biên giới các nước với nhiều thủ tục hành chính khác nhau.

Sự tin tưởng liên quan đến các thuộc tính và giá trị cá nhân như ngay thẳng, công bằng, trung thành, minh bạch, tương hỗ và năng lực⁸. Xây dựng sự tin tưởng ở mức độ cao giữa các tác nhân có thể là một phương án lựa chọn hiệu quả, hoặc sẽ hỗ trợ cho việc thực hiện các quy tắc, tiêu chuẩn và quy định chi phối hoạt động của các chuỗi giá trị.

Để đạt được tính bao trùm, cần phải có sự tin cậy lẫn nhau giữa các nhóm yếu thế như người nghèo, hoặc nông hộ nhỏ với các doanh nghiệp và các tác nhân khác trong chuỗi giá trị.

Có rất nhiều lợi ích đã được chỉ ra từ việc xây dựng lòng tin và quan hệ hợp tác trong chuỗi giá trị. Các lợi ích đó bao gồm: giảm chi phí giao dịch; giảm tính không chắc chắn và rủi ro về tài chính; cải thiện chia sẻ thông tin, luồng thông tin trao đổi, trao đổi công nghệ và sự hợp tác giữa các doanh nghiệp thượng nguồn (upstream) và hạ nguồn (downstream); tăng cường sự hiểu biết về các điều kiện thị trường; thích nghi tốt hơn với sự thay đổi thị trường; và nâng cao khả năng cạnh tranh.

6. J.H. Dyer và H. Singh., Quan điểm quan hệ: Chiến lược hợp tác và nguồn của lợi thế cạnh tranh tổ chức, trích dẫn từ J. Reuer (Ed), *Liên minh chiến lược. Lý thuyết và bằng chứng*, Oxford, Nhà xuất bản Đại học Oxford, 2004.

7. M. Fritz và C. Fischer, 'Vai trò của sự tin cậy trong chuỗi thực phẩm châu Âu: Lý thuyết và Kết quả thực nghiệm', *Đánh giá quản lý kinh doanh nông sản và thực phẩm quốc tế*, tập 10, số. 2, 2007, <https://EconPapers.repec.org/RePEc:ags:ifaamr:8185>.

8. C.E. Riddalls, Định lượng Ảnh hưởng của sự tin cậy vào chuỗi cung ứng trong thời gian khuyến mại, *Tạp chí quốc tế về hậu cần*, tập. 5, số 3, 2010, trang. 257-274.

Hộp 3: Mối quan hệ, liên kết và sự tin tưởng đặc trưng cho giới, trong trường hợp người bán rong tại Hà Nội

Những người phụ nữ bán hàng rong thành công thường là những người buôn bán dựa vào sự tin tưởng cao trong chuỗi. Ví dụ như, Cô Trúc bán thịt lợn thường mua nguồn hàng từ anh trai mình, người luôn dành cho cô những phần thịt ngon – theo cách này, cô sẽ tránh mua phải những miếng thịt ế, không ngon. Sau đó, cô bán thịt ở khu vực gần nơi gia đình chị gái mình sinh sống. Việc lựa chọn nông sản, vị trí buôn bán và quy mô kinh doanh không chỉ đơn thuần dựa vào nhu cầu tiêu thụ và khả năng tài chính mà còn gắn liền với mạng lưới xã hội sẵn có của người bán hàng, những yếu tố này đã tạo ra khu vực kinh doanh thực phẩm không chính thức thông qua các quy tắc và các quy định ngầm định.

Tuy nhiên, những người bán rong là nam giới lại có xu hướng dựa vào các chuỗi theo cách chính thống hơn nhưng có độ tin cậy thấp. Ví dụ như, ông Định thuê một người đàn ông mua hoa quả và giao đến các nhà nghỉ của ông ta vào mỗi buổi sáng. Anh Sáng, một người bán mía, cũng làm tương tự. Anh ta trả tiền cho dịch vụ giao hàng để tiết kiệm thời gian vào buổi sáng. Không giống những người phụ nữ bán rong, nam giới lại có xu hướng tự làm hoặc thuê lao động, dựa vào vốn, kiến thức, thông tin, và kỹ năng của bản thân mà không cần đến bất cứ sự cộng tác hay mối quan hệ tương hỗ nào.

Theo cách này, các mối quan hệ và liên kết đặc trưng cho giới tạo ra các thể mạnh cũng như thách thức tương ứng với từng giới, trong ngành kinh doanh thực phẩm không chính thức này.

Nguồn⁹

Mức độ tin tưởng giữa các cá nhân, nhóm và doanh nghiệp trong chuỗi giá trị bị ảnh hưởng bởi các yếu tố sau: giá trị được chia sẻ; chia sẻ thông tin; giao tiếp; chất lượng thông tin chia sẻ; danh tiếng đối tác; quy định của pháp luật; và ứng xử không chắc chắn. Xây dựng sự tin tưởng không dễ và cần nhiều thời gian, nhưng lại có thể bị phá hủy chỉ bằng một sự cố. Một khi mất đi lòng tin (chẳng hạn như người tiêu dùng bị ngộ độc thực phẩm), rất khó - thường là không thể - để xây dựng lại nó.

Sự tin tưởng có thể xuất hiện trong các mối quan hệ chuỗi giá trị theo những cách khác nhau. Bảng 2 liệt kê một số tính năng chính đặc trưng cho mối quan hệ trao đổi trong các chuỗi giá trị dựa trên mức độ tin tưởng thấp hoặc cao.

9. N. Kawarazuka, C. Béné và G. Prain, 'Thích nghi với môi trường đô thị hóa mới: các chiến lược giới của người bán rong tại Hà Nội', *Môi trường & Đô thị hóa*, tập 30, số 1, 2018, trang. 233-248.

10. S. Ruel, L. Ouabouch và S. Shaaban, 'Sự không chắc chắn của chuỗi cung ứng liên kết với các hệ thống thông tin: cách tiếp cận trường hợp nghiên cứu', *Quản lý công nghiệp & Hệ thống dữ liệu*, tập. 117, số 6, 2017, trang. 1093-1108. <https://doi.org/10.1108/IMDS-07-2016-0264>

Bảng 2. Sự khác biệt giữa các chuỗi giá trị có sự tin tưởng thấp và cao		
	Chuỗi tin tưởng thấp	Chuỗi tin tưởng cao
Thời gian hợp tác thương mại	Ngắn hạn, giao dịch	Dài hạn
Thủ tục đặt hàng	Mở thầu cho đơn hàng Giá cả đã được thương lượng và thỏa thuận trước khi đặt hàng	Có thể không mở thầu Định giá sau khi nhận hợp đồng
Mối quan hệ hợp đồng	Nhà cung cấp chỉ bắt đầu sản xuất khi nhận được đơn đặt hàng bằng văn bản	Nhà cung cấp linh hoạt hơn về chi dẫn Bắt đầu sản xuất mà không cần đơn hàng bằng văn bản
Kiểm tra	Kiểm tra khi giao hàng	Ít hoặc không kiểm tra
Mức độ phụ thuộc	Nhà cung cấp có nhiều khách hàng Khách hàng có nhiều nguồn mua sắm	Nhà cung cấp có ít khách hàng hơn Là nguồn cung cấp duy nhất hoặc một trong hai nguồn cung cấp của khách hàng
Hỗ trợ kỹ thuật	Hiếm khi có chuyên gia hỗ trợ Hỗ trợ có tính phí	Chuyển giao công nghệ đơn phương hoặc song phương mở rộng theo thời gian
Trao đổi	Không thường xuyên và thông qua các kênh chính thức	Thường xuyên và thông qua các kênh không chính thức
Xác định giá	Đối nghịch, che giấu thông tin	Đồng nhất
Gia hạn tín dụng	Trừng phạt hoặc không gia hạn tín dụng	Sẵn sàng tiếp cận, thời gian chi trả dài hơn, điều khoản linh hoạt
Điều khoản thanh toán thuê ngoài	Trì hoãn trong việc chi trả các đại lý và các nhà sản xuất trong nền kinh tế phi chính thức	Thanh toán khi nhận hàng thành phẩm

Bước 3 Phân tích sự tin tưởng

(Tiếp)

Phân tích sự tin tưởng giữa các tác nhân có thể dựa trên các câu hỏi hướng dẫn sau đây:

- Các tác nhân và doanh nghiệp có chia sẻ các giá trị tương đồng không?
- Mức độ phụ thuộc và mức độ chia sẻ thông tin có cao không?
- Chất lượng trao đổi thông tin ra sao (kịp thời, chính xác, đầy đủ và đáng tin cậy)?
- Tần suất và chất lượng trao đổi như thế nào?
- Mối quan hệ đã kéo dài bao lâu?
- Giá cả được thiết lập khi nào và như thế nào?
- Thỏa thuận qua hợp đồng hay thỏa thuận miệng?
- Các điều khoản thanh toán là gì?
- Có quy trình kiểm soát và kiểm tra không?
- Tín dụng có được cung cấp với các điều khoản hợp lý và linh hoạt?
- Giải quyết tranh chấp như thế nào?

Có thể xây dựng đánh giá định tính về sự tin cậy tổng thể giữa các tác nhân bằng cách đánh giá, chấm điểm và đánh trọng số các đặc tính riêng này. Các phương pháp dùng để phân tích quyền lực có thể sử dụng trong trường hợp này.

Để đánh giá nhanh, có thể phỏng vấn tác nhân về mức độ tin tưởng chung của họ đối với các tác nhân khác trong chuỗi giá trị. Có thể chấm điểm mức độ tin tưởng theo thang điểm (ví dụ: (-1) mất niềm tin; (0) không tin tưởng; (1) mức độ tin tưởng thấp; (2) mức độ tin tưởng trung bình; (3) mức độ tin tưởng tuyệt đối). Sau đó có thể đưa dữ liệu về sự tin tưởng của các tác nhân khác nhau trong chuỗi giá trị vào một ma trận, như trong Bảng 3.

Bảng 3. Ví dụ về ma trận mức độ tin tưởng giữa các tác nhân				
	Nông dân	Thương nhân	Nhà chế biến	Người cho vay
Nông dân	3	2	1	-1
Thương nhân	3	0	2	0
Nhà chế biến	1	2	2	2
Người cho vay	2	0	0	2

Bước 3 Phân tích sự tin tưởng

(Tiếp)

Những Điều Cần Biết sau khi Hoàn Thành Phân Tích

Bảng 3 cho thấy ảnh hưởng của mức độ tin tưởng của các tác nhân dành cho những người khác trong chuỗi và kiểm tra xem sự tin tưởng đó có đến từ hai phía. Nếu thực sự những thỏa thuận không chính thức là kết quả của sự tin tưởng lẫn nhau thì cũng cần phải lưu ý rằng việc không chính thức đó sẽ khiến các điều khoản trong thỏa thuận trở nên khó hiểu hơn. Cần tìm hiểu xem sự tin tưởng giữa các tác nhân có phải là từ hai phía không vì điều này có thể sẽ rất có ích để biết được vị trí của người nghèo, vì nó cung cấp thông tin ban đầu về mức độ thỏa thuận (giữa nông dân và các tác nhân khác) là dựa trên lòng tin, hay đơn giản chỉ là do sự phụ thuộc vào nhau (không có đối tác khác nào có thể thay thế). Trong ví dụ trên, nông dân cũng khá tin tưởng thương nhân và thương nhân hoàn toàn tin tưởng vào nông dân; do đó lòng tin gần như đến từ hai phía.

Yếu tố quan trọng cuối cùng khi phân tích sự tin tưởng là xác định các khu vực nào có mối quan hệ tin tưởng có tác động tiêu cực (hoặc tích cực) đến người nghèo, phụ nữ hoặc các nhóm mục tiêu khác. Tiếp theo là xác định các xuất phát điểm và các can thiệp khả thi nhằm củng cố niềm tin để có thể mang lại kết quả tích cực cho các nhóm mục tiêu và cải thiện chức năng chuỗi giá trị một cách tổng thể.

Sau khi thực hiện tất cả các bước, cần nắm được các thông tin sau:

- Các liên kết và mối quan hệ giữa các tác nhân khác nhau trong chuỗi giá trị;
- Các mối liên kết, sự tin cậy và mối quan hệ quyền lực giữa các tác nhân khác nhau ảnh hưởng như thế nào đến chức năng chuỗi giá trị và tác động ra sao đến sinh kế của người nghèo, phụ nữ hoặc các nhóm mục tiêu khác; và
- Các xuất phát điểm và can thiệp khả thi giúp cải thiện liên kết, sự tin cậy và mối quan hệ giữa các tác nhân khác nhau và khắc phục sự chênh lệch về quyền lực để phát triển chuỗi giá trị theo hướng bao trùm hơn.



Tiêu chuẩn sản phẩm của người mua.
Một thương nhân đang kiểm tra chất lượng xoài xuất khẩu
sang Trung Quốc từ tỉnh Đồng Tháp, miền Nam Việt Nam.
Ảnh: FocusGroupGo/Rodd Dyer

Công cụ 5

Chi Phí và Lợi Nhuận

Giới Thiệu	178	
Mục Tiêu	179	
Các Bước Tiến Hành	180	
Bước 1	Ước tính chi phí cơ hội đối với lao động, đất đai và vốn	180
Bước 2	Tính toán chi phí và các khoản đầu tư cần thiết	183
Bước 3	Tính doanh thu của từng tác nhân	190
Bước 4	Tính tỉ lệ tài chính	191
Bước 5	Thay đổi theo thời gian	194
Bước 6	Tình hình tài chính tương đối của các tác nhân trong chuỗi giá trị	194
Bước 7	So sánh	197
Bước 8	Xem xét các yếu tố bên ngoài dữ liệu định lượng	197
Những Điều Cần Biết sau khi Hoàn Thành Phân Tích	197	

Giới Thiệu

Một tác nhân trước khi tham gia vào một thị trường, một hoạt động kinh doanh, hay áp dụng một công nghệ mới thì trước tiên người đó phải xác định xem lĩnh vực nào mang lại lợi nhuận. Điều này đặc biệt quan trọng đối với người nghèo có nguồn lực hạn chế, vì họ sẽ phải trả giá rất đắt khi chọn sai ngành, thị trường hay sản phẩm.

Có thể phân tích và so sánh doanh thu, chi phí và lợi nhuận ước tính của thành phẩm, phân khúc thị trường và chuỗi giá trị khác nhau. Những phân tích này sẽ giúp xác định và so sánh các tiến bộ nhằm cải thiện hiệu quả sản xuất và thu nhập ròng, các khoản đầu tư cần thiết hoặc điểm xuất phát cho nhân rộng.

Hiểu biết về doanh thu, chi phí và tỷ suất lợi nhuận của các tác nhân và nhóm khác nhau trong chuỗi giá trị, theo cả chiều ngang và chiều dọc, cũng có thể giúp xác định xem liệu người nghèo, phụ nữ hoặc các nhóm yếu thế khác có thể tăng thu nhập của mình lên không và bằng cách nào. Nói cách khác, liệu có thể nâng cao vị thế của người nghèo trong chuỗi hay không?

Nếu các chi phí đầu tư và vận hành để thiết lập và điều hành một hình thức kinh doanh là cao, thì đó cũng là vấn đề lớn đối với người nghèo hoặc các nhóm khác tham gia vào chuỗi giá trị. Việc nắm bắt được chi phí và lợi nhuận thay đổi như thế nào theo thời gian có thể giúp dự đoán tình hình phát triển hoặc suy thoái của chuỗi trong tương lai. Lợi nhuận sẽ bị ảnh hưởng bởi giá sản phẩm và chi phí đầu vào (ví dụ: chi phí xăng dầu và nhân công) luôn biến động tăng hoặc giảm theo thời gian. Do đó, một lĩnh vực đem lại lợi nhuận ở hiện tại chưa chắc đã có lợi nhuận trong tương lai.

Sản xuất rau an toàn có chứng nhận ở Mộc Châu cung cấp cho thị trường tại Hà Nội đã giúp nông dân tăng thu nhập đáng kể.

Ảnh: Bùi Văn Tùng



Hộp 1: Hiểu được những đóng góp tương đối vào tổng thu nhập, doanh thu và chi phí

Khi phân tích và xem xét các lựa chọn của nông dân và doanh nghiệp, điều quan trọng đối với các nhà nghiên cứu là cần phải hiểu được sự đóng góp một cách tương đối của một chuỗi giá trị, hoặc sản phẩm cụ thể trong tổng thu nhập ròng, doanh thu và chi phí. Các hộ nông dân và doanh nghiệp nông nghiệp thường có thu nhập từ nhiều nguồn. Cụ thể, họ thường sử dụng tài sản có sẵn (đất đai, lao động, vốn, con người, xã hội) vào các hoạt động sản xuất kinh doanh tổng hợp nhằm tối ưu hóa lợi nhuận, giảm rủi ro và đáp ứng tốt nhất nhu cầu của họ. Mục tiêu của các hộ gia đình có thể là đa dạng hóa thu nhập, cải thiện dòng tiền hoặc giảm rủi ro có thể phát sinh.

Chẳng hạn, một hộ nông dân quy mô nhỏ ở miền núi Việt Nam có thể trồng ngô, mận, rau và nuôi vài con lợn để có thu nhập bằng tiền mặt. Người chồng có thể lái xe tài hoặc đi làm thuê theo thời vụ cho các trang trại bò sữa gần nhà, trong khi người vợ cũng có thể làm đồ thủ công để bán ở chợ địa phương. Do đó, khi xác định các lĩnh vực, sản phẩm chuỗi giá trị tiềm năng, hoặc các phương án nâng cấp, điều quan trọng là phải hiểu mỗi lĩnh vực đóng góp như thế nào cho tổng thể kinh tế hộ gia đình hoặc doanh nghiệp. Việc tính toán các đóng góp về tài chính sẽ hỗ trợ hiệu quả hoạt động đánh giá này.

Mục Tiêu

Mục tiêu chính của phân tích chi phí và tỷ suất lợi nhuận là:

- Hiểu rõ về các loại chi phí trong vận hành chuỗi giá trị của người nghèo và các tác nhân khác;
- So sánh hiệu quả và cơ hội giữa các chuỗi giá trị khác nhau, thành phẩm và các phân khúc thị trường;
- So sánh các tác nhân và nhóm khác nhau hoạt động trong chuỗi giá trị và xác định các cơ hội cải thiện;
- Hiểu rõ những thay đổi theo thời gian trong hiệu quả của chuỗi giá trị, và những rủi ro cũng như cơ hội mà nó mang lại;
- So sánh hiệu quả của các tác nhân và nhóm với các tiêu chuẩn khác nhau; và
- Xác định các điểm tiếp cận và can thiệp khả thi nhằm tăng doanh thu, lợi nhuận và tổng thu nhập, đặc biệt đối với các nhóm mục tiêu.



Lưu ý

Một trong những mục tiêu của nghiên cứu chi phí và tỷ suất lợi nhuận là xác định các cách thức để tăng lợi nhuận trên mỗi đơn vị sản phẩm. Tuy nhiên, việc này không phải lúc nào cũng giúp giảm nghèo: nếu một nông dân nghèo tăng lợi nhuận trên mỗi đơn vị sản phẩm, nhưng bán ít sản phẩm hơn, thì thu nhập nhận được của người đó cũng có thể giảm đi. Do đó, nhà nghiên cứu phải luôn nhớ kết hợp phân tích chi phí và lợi nhuận với phân tích tổng doanh thu hoặc thu nhập của từng tác nhân. Thông tin chi tiết về phân tích thu nhập được trình bày trong Công cụ 6.

Phân tích doanh thu, chi phí và lợi nhuận trong chuỗi giá trị chỉ có ý nghĩa nếu các đơn vị sản xuất được xem như là doanh nghiệp cấp vi mô (tức là các tác nhân thương mại quy mô nhỏ đang tìm sử dụng các nguồn lực giới hạn của mình theo hướng đem lại lợi nhuận cao nhất trên thị trường) chứ không phải là các tác nhân tự cung tự cấp. Để sử dụng hiệu quả loại phân tích này, cần lưu ý rằng có nhiều khác biệt cơ bản giữa việc tính toán các chi phí trong kinh tế và kế toán. Điều này định hướng cho phân tích và ra các quyết định khi phát triển chuỗi giá trị bao trùm và vì người nghèo.

Có thể phân tích doanh thu, chi phí và tỷ suất lợi nhuận theo các bước dưới đây.

Tương tự như các công cụ khác, trước khi phân tích, nên xác định các nhóm tác nhân, nhóm mục tiêu và phân khúc thị trường trong chuỗi giá trị. Có thể sử dụng công cụ Lập Bàn đồ Chuỗi giá trị (Công cụ 2) để mô tả các nhóm tác nhân, nhóm mục tiêu và phân khúc thị trường.

Một phân tích chuỗi giá trị được đánh giá là tốt cần phải ước tính được chi phí cơ hội của các tác nhân nông dân ở cả hai giới nam và nữ, vì các chi phí này ảnh hưởng đến những lựa chọn của người sản xuất về sản xuất sản phẩm gì khi mùa vụ đến. Với nhiều nông dân khi được hỏi tại sao vụ này lại chuyển sang trồng một loại cây trồng khác thì họ nói rằng làm vậy có thể kiếm được nhiều tiền hơn. Lý do là họ đang nghĩ tới lợi nhuận khi trồng các loại cây khác nhau. Họ có thể đã hoặc chưa cân nhắc tất cả các chi phí liên quan hoặc những lựa chọn khác. Ví dụ, cần thêm bao nhiêu nhân công để trồng một loại cây trồng mới (đặc biệt đối với nhân công nữ không được trả lương), hoặc khả năng cho thuê đất thay vì để tự sản xuất.

Chi phí cơ hội là cái giá của việc sử dụng lao động, vốn hoặc đất đai theo cách thức cụ thể nào đó so với việc theo đuổi các lựa chọn kinh doanh thay thế. Chi phí cơ hội rất hữu ích trong kinh tế học, giúp đánh giá các hình thức sử dụng các nguồn lực khác nhau để có thể tạo ra nhiều thu nhập và của cải nhất cho người sản xuất.

Các chi phí tài chính là các khoản chi bằng tiền mà một tác nhân trong chuỗi phải chi trả khi thực hiện một hoạt động. Chi phí này thường được ghi vào sổ sách (chính thức) hoặc ghi chép (không chính thức) mà tác nhân này lưu giữ lại. Chi phí tài chính thường không tính đến các lựa chọn sử dụng tài nguyên khác nhau.



Thuật ngữ

Các Bước Thực Hiện

Bước 1 Ước tính chi phí cơ hội đối với lao động, đất đai và vốn

Để ước tính chi phí thực khi tham gia vào một chuỗi giá trị, các tính toán chi phí phải bao gồm các chi phí cơ hội đối với nông dân cả hai giới và nhân công của gia đình, sử dụng đất đai và vốn.

Điều này có nghĩa là chúng ta phải tính toán các giá trị ước tính thực tế cho thời gian, đất đai và vốn được dành cho hoạt động của các tác nhân chuỗi giá trị và gia đình họ. Nếu không tính các giá trị cho các yếu tố này, phân tích sẽ vô tình coi mỗi yếu tố trong nguồn lực là miễn phí, làm sai lệch bức tranh thực tế về chi phí, khả năng sinh lời và tính bền vững trong việc nâng cấp chuỗi giá trị. Điều này đặc biệt quan trọng khi các nông hộ quy mô nhỏ cố gắng và ngày càng có định hướng thương mại hóa sản phẩm. Hộp 2 bên dưới sẽ hướng dẫn làm thế nào để đưa những giá trị này vào tính toán chi phí cơ hội.



Thuật ngữ

Chi phí cơ hội cho lao động. Chi phí cơ hội cho lao động là một thước đo của việc sử dụng các nguồn lao động khan hiếm cho một hoạt động cụ thể nào đó. Đối với lao động hộ gia đình, chi phí cơ hội này thường tương đương với chi phí sẽ phải trả khi thuê một người khác thực hiện một hoạt động mà một thành viên trong gia đình thường đảm nhiệm. Ngoài ra, đó là khoản thu nhập mà thành viên trong gia đình sẽ mất đi, do không đi làm thuê tại nông trại của người khác mà thay vào đó, họ thực hiện công việc đó tại trang trại của mình. Tuy nhiên, các cơ hội việc làm trong ngành xây dựng địa phương hoặc các doanh nghiệp kinh doanh nông sản có thể làm tăng chi phí cơ hội của lao động ở nông hộ vùng nông thôn.

Điều quan trọng cần biết đó là chi phí cơ hội của lao động có thể thay đổi theo mùa vụ. Trong một vùng sản xuất lúa, chi phí cơ hội cho một thành viên trong gia đình thực hiện dọn cỏ có thể bằng 0 (hoặc gần bằng 0) nếu không có công việc thay thế nào khác vì nhu cầu lao động ở các trang trại khác thấp. Ngược lại, vào thời điểm cấy và gặt, khi nhu cầu lao động cao, thì cơ hội có việc làm tại trang trại khác nhiều hơn, nên chi phí cơ hội của lao động sẽ cao hơn.

Do kinh tế phát triển và công nghiệp hóa, ngày càng có nhiều cơ hội về việc làm phi nông nghiệp cho các thành viên của nông hộ, theo hình thức thời vụ hoặc làm công ăn lương lâu dài. Khi cơ hội cho hoạt động làm công ăn lương tăng, tính thời vụ của nhu cầu lao động cũng giảm đi, các thành viên của nông hộ có thể tiếp cận được nhiều lựa chọn có thu nhập ổn định hơn.



Thuật ngữ

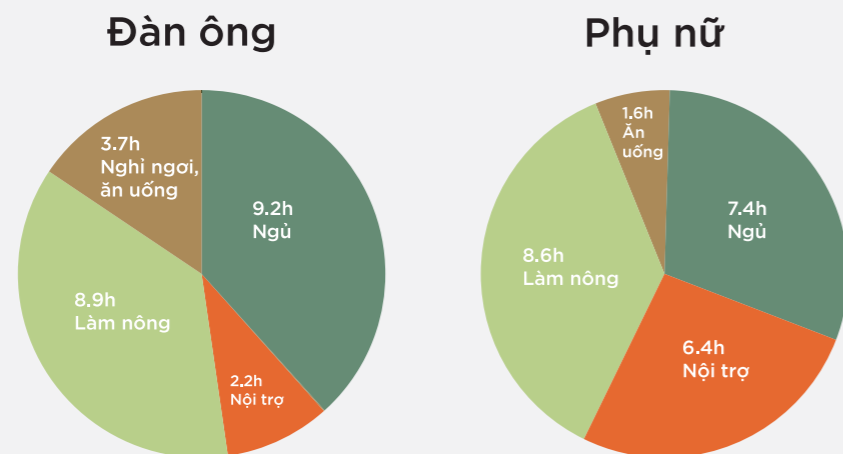
Chi phí cơ hội của đất đai. Chi phí cơ hội của đất đai thường được tính là khoản thu nhập từ việc cho thuê đất để sản xuất (hoặc sử dụng đất cho mục đích khác) thay vì nông dân tự mình canh tác một loại cây trồng trên đó.

Chi phí cơ hội của vốn. Chi phí cơ hội của vốn tính bằng tiền lãi thu được nếu số vốn đó được gửi vào ngân hàng hoặc tổ chức tài chính vi mô (MFI) hoặc cho một cá nhân vay.

Hộp 2: Ghi nhận những việc làm không được trả lương của phụ nữ cho sản xuất nông nghiệp và nội trợ

Các công việc không được trả lương của phụ nữ, gồm công việc đồng áng và nội trợ, thường không được công nhận hoặc bị đánh giá thấp; đặc biệt khi đàn ông và thanh niên đều đi làm công ăn lương. Trường hợp nhà ở xa ruộng, phụ nữ có thể phải đi bộ trong khi đàn ông thì đi xe máy. Một câu hỏi hướng dẫn quan trọng trong lồng ghép giới là liệu khi ứng dụng một công nghệ mới có làm tăng gánh nặng cho việc đồng áng không được trả công của phụ nữ hay không (ví dụ: phải tăng thời gian làm cỏ, thường xuyên đi thăm ruộng đồng hơn, gánh nặng gặt hái tăng lên). Trong vài trường hợp, các can thiệp được đề xuất có thể tạo thêm gánh nặng lao động cho phụ nữ, trong khi họ lại không có toàn quyền quản lý khoản lợi nhuận tăng thêm, do công sức và thời gian họ bỏ ra.

Phụ nữ cũng phải làm nhiều những việc nội trợ hơn nam giới mà không được trả lương. Hình dưới đây cho thấy sự phân bố thời gian 24 giờ theo giới tại một bản dân tộc ít người H'Mông ở Việt Nam. Cả đàn ông và phụ nữ dành khoảng 8-9 giờ làm việc ở nương rẫy. Phụ nữ ngủ ít hơn đàn ông 2 tiếng và thời gian làm việc nhà của họ nhiều hơn đàn ông 4 tiếng. Phụ nữ không có thời gian giải trí và nghỉ ngơi, chỉ có khoảng 1,6 tiếng, trong khi nam giới có 3,7 tiếng. Nam giới thường đi uống rượu vào buổi tối, 3-4 lần mỗi tuần và về nhà vào khoảng 9 hoặc 10 giờ đêm, đây dường như là một phần không thể thiếu trong các hoạt động xã hội của họ. Nam thanh niên thường chơi thể thao vào buổi tối sau khi làm nương. Sự phân bố thời gian của nhóm trẻ và nhóm già không khác nhau nhiều. Do đó, hình dưới đây thể hiện giá trị trung bình cho cả hai nhóm tuổi.



Nguồn¹



Chú ý

Tính chính xác của dữ liệu

Do số liệu về chi phí từ nông dân hoặc doanh nghiệp, ví dụ như chi phí sản xuất, không được ghi chép đầy đủ nên không phải lúc nào cũng thu được số liệu chính xác.

Đôi khi phải tính toán dữ liệu theo cách gián tiếp, ví dụ: hỏi một thương nhân về thời gian (tiếng/ngày, số ngày) và số quỹ (khoảng cách đi lại mỗi ngày, phương tiện vận chuyển) mà họ dùng để thu thập thông tin và xây dựng mối quan hệ (chi phí thông tin) mà không thực sự tiến hành bất kỳ giao dịch nào.

Cả hai trường hợp đều đòi hỏi phỏng vấn một mẫu đại diện từng nhóm tác nhân để ước tính được các chi phí này. Dù vậy, vẫn có thể phải kiểm tra chéo thông tin thu thập được theo cách này với các nguồn thông tin khác.

Bước 2 Tính toán chi phí hoạt động và chi phí đầu tư

Bước tiếp theo là tính toán chi phí hoạt động của một tác nhân. Thường thì chi phí vận hành và đầu tư là được tính toán; tuy nhiên, cũng cần xem xét cả chi phí giao dịch và chi phí quản lý. Khi tính toán chi phí đất đai, lao động và vốn, nên gộp tính toán chi phí cơ hội phù hợp vào chi phí cố định và chi phí biến đổi.

Chi phí vận hành có thể được chia ra hai loại là chi phí biến đổi và chi phí cố định.

A. Chi phí biến đổi là chi phí thay đổi trực tiếp liên quan tới mức sản xuất trong một chu kỳ sản xuất hoặc bán hàng cụ thể. Chi phí biến đổi có liên quan đến việc ra quyết định của doanh nghiệp trong ngắn hạn. Ví dụ, chi phí biến đổi trong nông nghiệp bao gồm nhiên liệu, phân bón, hạt giống, hóa chất, thức ăn chăn nuôi, thuốc thú y và nước. Các ví dụ phức tạp hơn về chi phí biến đổi bao gồm lao động thời vụ mà nông dân cần cho thu hoạch hoặc gieo trồng, hoặc một doanh nghiệp kinh doanh nông nghiệp cần thuê nhân viên khuyến nông hỗ trợ các nhóm các nhà sản xuất bên ngoài theo hợp đồng một mùa vụ nhất định.

Với chăn nuôi gia súc, trong các loại chi phí thì chi phí biến đổi bao gồm chi phí cho thức ăn chăn nuôi và tiêm chủng v.v. Nếu một nông dân có mười con bò và quyết định nuôi thêm hai con nữa, họ sẽ cần chi nhiều cho thức ăn và tiêm chủng hơn.

1.ACIAR, Khám phá cơ hội và thách thức trong phát triển nông nghiệp qua lăng kính giới: Trường hợp nghiên cứu ở cộng đồng H'Mông, tỉnh Điện Biên, Việt Nam, Báo cáo kỹ thuật, FST / 2016/152 và AGR / 2017/008, tháng 3 năm 2018.

Bước 2

Tính toán chi phí hoạt động và chi phí đầu tư

(Tiếp)

Định giá chính xác chi phí đầu vào cho công lao động của nông hộ cũng rất quan trọng. Trong trường hợp chăn nuôi bò, phụ nữ có thể phải dành nhiều thời gian và công sức để chăm sóc và dọn chuồng bò mỗi sáng. Những chi phí lao động này (đặc biệt khi phụ nữ làm việc không được trả lương) thường bị bỏ qua.

Bảng 1. Ví dụ về chi phí vận hành trong một doanh nghiệp trong chuỗi giá trị

Chi phí biến đổi	Chi phí cố định
Hạt giống	Văn phòng phẩm
Phân bón	Bảo hiểm
Hóa chất	Phí pháp lý và kế toán
Thức ăn chăn nuôi	Tiện ích
Thuốc thú y	Thuê văn phòng
Nguyên vật liệu đóng gói	Sửa chữa và bảo trì
Trà lương	Khấu hao
Nhiên liệu	Chi phí chung
Chi phí cơ hội của lao động	Chi phí tài chính (lãi và phí ngân hàng)
	Chi phí cơ hội của vốn



Lưu ý

Thay vì chi cộng tổng số vào từng chi phí biến đổi hoặc chi phí cố định, có thể tính các loại chi phí có liên quan cho các hoạt động khác nhau do cùng một tác nhân thực hiện. Ví dụ, chi phí cho công tác phí và nhiên liệu cho cán bộ khuyến nông của một công ty ký hợp đồng với nông dân sản xuất nhỏ sản xuất bên ngoài có thể tách ra khỏi các khoản như (i) tuyển dụng và ký hợp đồng với nông dân; (ii) các hoạt động đào tạo theo chu kỳ sản xuất (ví dụ: quản lý vườn ươm, chuẩn bị đất trồng và cấy ghép, quản lý đồng ruộng, kiểm soát côn trùng và dịch bệnh, thu hoạch và xử lý sau thu hoạch); và (iii) tiếp thị sản phẩm.

Hầu hết các chi phí biến đổi đều có thể dễ dàng tính toán được khi chúng thay đổi theo quy mô sản xuất. Tuy nhiên, cũng có vài trường hợp ngoại lệ, ví dụ chi phí vận chuyển. Chúng không phải lúc nào cũng thay đổi tỷ lệ tương ứng với khối lượng sản phẩm được sản xuất hoặc giao dịch. Ví dụ, một chiếc xe tải 25 tấn có thể vận chuyển 25 tấn hoặc chỉ 10 tấn tre, thậm chí 40 tấn tre trong quãng đường ngắn. Do đó, chi phí vận chuyển cho mỗi tấn tre có thể thay đổi tùy thuộc vào tổng lượng tre vận chuyển. Nếu không xác định được chi phí thực, người nghiên cứu cần đưa ra các giả định về chi phí trung bình. Ví dụ trong Hộp 3 trình bày phương pháp tính chi phí vận chuyển.

Hộp 3. Ví dụ về tính toán chi phí vận chuyển

Giả sử một chiếc xe tải có thể chở 20m³ và có giá thuê là 500 đô la. Một công-ten-nơ dung tích 0,2m³ có thể đựng 10kg dưa chuột và một thùng dung tích 0,5m³ đựng 15 kg ớt.

Vì vậy, chi phí vận chuyển mỗi thùng dưa chuột và mỗi kg là:

$$500 \text{ đô la} \div (20\text{m}^3 \div 0,2\text{m}^3) = 5.00 \text{ đô la/thùng} \text{ và } 5.00 \text{ đô la} \div 10 \text{ kg} = 0.50 \text{ đô la/kg}$$

Trong khi chi phí vận chuyển mỗi thùng ớt và mỗi kg là:

$$500 \text{ đô la} \div (20\text{m}^3 \div 0,5 \text{ m}^3) = 1.25 \text{ đô la/thùng} \text{ và } 1.25 \text{ đô la} \div 15\text{kg} = 0.083 \text{ đô la/kg}$$

Nguồn²

Ngoài ra, chi phí hao hụt cũng hay bị bỏ qua. Đặc biệt đối với sản phẩm dễ hư hỏng, sẽ có một lượng sản phẩm bị hao hụt trong quá trình mua bán. Ví dụ trong Hộp 4 trình bày cách tính toán hao hụt.

2. Agrifood, Khóa đào tạo kết hợp Phân tích và Phương pháp Phân tích Chuỗi giá trị vào Phân tích Chính sách: Dự án đào tạo phát triển chuỗi giá trị, lập bởi đơn vị Tư vấn Thực phẩm Quốc tế trình Văn phòng Phát triển Kinh tế và Xã hội khu vực Đông Bắc, Ủy ban phát triển kinh tế và xã hội Thái Lan (NESDB), Khon Kaen, Thái Lan: trang. 518, 2004.

Hộp 4: Tính toán hao hụt sản phẩm

Giả sử 15% sản phẩm bị hư hỏng và loại bỏ. Nghĩa là với 1 kg dưa chuột lúc mua vào người bán chỉ còn khoảng 850g (0,85 kg) để bán cho người tiêu dùng. 1kg dưa chuột mua từ nông dân có giá 6 đô la/kg và chi phí bán hàng là 1,50 đô la/kg. Giá bán dưa chuột là 9 đô la/kg.

Chi phí sẽ là

Mua 1kg với giá 6 đô la /kg = 6,00 đô la

Đóng gói và vận chuyển 1kg với giá 1,50 đô la /kg = 1,50 đô la

Tổng chi phí = 7,50 đô la

Doanh thu bán hàng 9 đô la x 0,85 kg = 7,65 đô la

Do đó, lợi nhuận của người bán là = 0,15 đô la

Dưới đây là ví dụ về phương pháp tính toán lợi nhuận sai lầm điển hình.

Mua 1kg với giá 6 đô la /kg = 6,00 đô la

Đóng gói và vận chuyển 1kg với 1,5/kg = 1,50 đô la

15% hao hụt hoặc 6 đô la x 0,15 = 0,90 đô la

Tổng chi phí = 8.40 đô la

Tổng thu là 9 x 1 kg = 9,00 đô la

Do đó, lợi nhuận của người bán = 0,60 đô la

Cách tính thứ hai là sai vì người bán đang tính cả doanh thu từ sản phẩm đã bị hao hụt.

B. Chi phí cố định là chi phí độc lập với quy mô hoặc mức độ của hoạt động.

Trong ví dụ về nuôi bò được trình bày phần A: chi phí cố định gồm các hạng mục như đầu tư vào chuồng trại và đất đai. Mặc dù người nông dân quyết định nuôi thêm hai con bò, nhưng họ không cần phải mua thêm đất hoặc xây dựng chuồng trại mới. Một số ví dụ khác về chi phí cố định là chi phí khấu hao (thay thế) của tài sản, chi phí lãi cho các khoản vay dài hạn và đối với doanh nghiệp phát triển hơn, sẽ có các chi phí xúc tiến thương mại, văn phòng phẩm và nhân viên văn phòng (không liên quan đến quy trình sản xuất chính).

Vì chi phí cố định không thay đổi theo quy mô sản xuất nên có khả năng các tác nhân trong chuỗi giá trị không tính hoặc báo cáo về chi phí cố định. Ngoài ra, chi phí cố định có thể được tính cho nhiều hơn một sản phẩm. Ví dụ, người nuôi bò có thể nuôi thêm lợn trong cùng chuồng nuôi trâu bò. Do đó, chi phí chuồng trại nên được chia ra cho cả bò và lợn. Nếu không thì chi phí ước tính có thể quá cao hoặc quá thấp.



Lưu ý

Nên tính cả chi phí cơ hội trong các chi phí cố định và chi phí biến đổi phù hợp; ví dụ, khi tính toán chi phí lao động, đất đai và vốn.

Đôi khi, sẽ khó xếp chi phí theo loại biến đổi hay cố định. Tuy nhiên, dù tính toán theo loại nào, quan trọng là phải đảm bảo sự nhất quán trong suốt quá trình phân tích.

Bảng 2. Ví dụ về chi phí hoạt động (chi phí cố định và chi phí biến đổi) cho một doanh nghiệp nuôi bò sữa

Chi phí biến đổi	Chi phí cho đàn bò và chuồng trại	1. Thụ tinh nhân tạo: thụ tinh, tinh trùng, thuốc liên quan đến quản lý sinh sản
		2. Đàn bò non: sữa thô hoặc sữa thay thế cho bê, thức ăn đậm đặc và thức ăn thô, trông nom đàn cho đến lúc sinh sản
Chi phí cố định	Chi phí thức ăn (bò sữa và bò cạn sữa)	3. Chăm sóc sức khỏe: thăm khám thú y, vắc-xin, thuốc thú y các loại
		4. Thu hoạch sữa: đệm cao su, chất tẩy rửa và khử trùng, bảo dưỡng máy vắt sữa, nước nóng, vận chuyển sữa đến trung tâm thu gom sữa, hợp tác xã
	Chi chung bằng tiền mặt	1. Mua thức ăn đậm đặc: theo công thức hoặc các thành phần
		2. Mua thức ăn thô xanh: cỏ, thức ăn thô từ phụ phẩm của trồng trọt
Chi chung được quy đổi	3. Thức ăn thô tự trồng: phân bón, tưới tiêu, chế biến/bảo quản, kiểm soát cỏ dại và sâu bệnh	
	4. Máy móc: nhiên liệu và dầu, bảo dưỡng và sửa chữa	
Chi phí cố định	Chi chung bằng tiền mặt	1. Trả lương nhân công
		2. Tài chính: lãi suất, phí ngân hàng
Chi chung được quy đổi	Chi chung bằng tiền mặt	3. Tiền thuê mặt bằng
		4. Quản lý hành chính: thiết bị văn phòng, bảo hiểm, điện thoại, khác
Chi phí cố định	Chi chung được quy đổi	1. Lao động gia đình, như là khoản chi trả cho điều hành công việc
		2. Khấu hao

Nguồn: trích xuất từ³

3. J. Moran (ed.), *Quản lý kinh doanh dành cho nông dân chăn nuôi bò sữa nhiệt đới*, Nhà xuất bản CSIRO, DOI 10.1071 / YAM643097148, 2009, <https://ebooks.publish.csiro.au/content/business-management-tropical-dairy-farmers>

Tính toán chi phí đầu tư, chi phí giao dịch và chi phí quy định cũng có thể cung cấp thông tin chi tiết sâu hơn về các loại chi phí mà một trang trại khi thành lập mới hoặc trang trại khi mở rộng có thể phát sinh.

Chi phí đầu tư phản ánh lượng vốn mà một tác nhân chuỗi giá trị phải bỏ ra để thành lập doanh nghiệp. Trong tính toán theo hệ thống kế toán chính thức, chi phí đầu tư được coi là một loại chi phí cố định. Tuy nhiên, để phân tích và xây dựng chuỗi giá trị bao trùm, nên xem xét chi phí đầu tư như một rào cản khi muốn tham gia vào chuỗi giá trị.

Nói cách khác, các tác nhân cần sở hữu những tài sản nào (thông qua việc mua hoặc thuê) để có thể thành lập và điều hành doanh nghiệp của họ? Xác định được yếu tố chính này rất quan trọng trong việc đánh giá xem liệu người nghèo có thể tiếp cận, tham gia vào một chuỗi giá trị hoặc phân khúc thị trường nhất định hay không. Ví dụ, tham gia vào phân khúc thị trường trái cây chế biến chất lượng cao sẽ cần khoản đầu tư lớn cho trang thiết bị chế biến hiện đại. Vì vậy, dù nông dân có sản xuất được nguyên liệu thô đúng như yêu cầu, họ cũng không thể tiếp cận được thị trường đó. Một bức tranh hoàn chỉnh của các chi phí đầu tư cũng cần phải tính cả chi phí cho khấu hao.



Lưu ý

Khấu hao là chi phí liên quan đến sự hao mòn của tư liệu sản xuất, chẳng hạn như máy móc và thiết bị phải được thay thế sau một thời gian. Các công ty cần tiết kiệm tiền để chi cho hoạt động này. Các chi phí này được gọi là chi phí khấu hao. Rất dễ hiểu khi nông dân nghèo và doanh nghiệp nhỏ thường không tính chi phí khấu hao khi họ cần sử dụng toàn bộ thu nhập được để trang trải cuộc sống.

Chi phí giao dịch là chi phí phát sinh khi mua hoặc bán hàng hóa hoặc dịch vụ. Theo tác giả Hobbs⁴, chi phí giao dịch trong các hệ thống thương mại hóa sản phẩm nông nghiệp được phân loại thành chi phí thông tin, đàm phán và giám sát hoặc thực hiện.

Tác giả Hobbs đã xác định một số loại chi phí giao dịch cụ thể cho các doanh nghiệp kinh doanh nông sản có mối liên kết với nhiều trang trại nhỏ trong chuỗi giá trị:

- Các chi phí về thủ tục giấy tờ liên quan đến việc quản lý và điều phối sản xuất, chế biến và tiếp thị khi kết hợp với các đối tác khác.
- Chi phí cơ hội về thời gian dùng cho liên lạc và điều phối các nông dân cùng tham gia liên kết.
- Các chi phí liên quan đến việc lập và giám sát các hợp đồng dài hạn.

4. J.E. Hobbs, 'Đánh giá tầm quan trọng của Chi phí giao dịch trong Thương Mại Hóa Sản Phẩm Gia Súc', *Tạp chí kinh tế nông nghiệp Mỹ*, 1997, trang. 1083-95.

- Chi phí sàng lọc phải chi trả do sự không chắc chắn về độ tin cậy của nhà cung cấp hoặc người mua tiềm năng và sự không chắc chắn về chất lượng thực tế của hàng hóa.
- Chi phí chuyển nhượng liên quan đến các cản trở về mặt pháp lý hoặc hữu hình đối với việc vận chuyển và giao hàng hóa.

Chi phí quản lý. Việc đáp ứng yêu cầu của các quy định hoặc tiêu chuẩn khác nhau cho thị trường trong nước và xuất khẩu có thể làm chi phí tăng lên đáng kể. Như đã lưu ý trong Công cụ 4 xu hướng toàn cầu hóa chuỗi giá trị kéo theo việc các tiêu chuẩn công và tư được áp dụng ngày càng phổ biến ở các kênh thị trường khác nhau trong các chuỗi giá trị. Tác giả Von Lampe và cộng sự⁵ đã phân ra ba loại chi phí quản lý khác nhau áp dụng cho chuỗi giá trị quốc tế - chúng có thể được áp dụng tương tự ở thị trường nội địa:

- Chi phí thông tin - xác định và xử lý thông tin về các yêu cầu về các tiêu chuẩn và quy định có liên quan trong thị trường mục tiêu
- Chi phí kỹ thuật - điều chỉnh sản phẩm hoặc quy trình sản xuất theo yêu cầu về quản lý của nước nhập khẩu
- Chi phí đánh giá sự phù hợp - xác minh và chứng minh đã đáp ứng được các yêu cầu đặt ra

Khi tính toán tất cả các chi phí khác nhau, chúng ta có thể trình bày các số liệu cho các tác nhân khác nhau trong một bảng biểu (ví dụ: Bảng 3). Điều quan trọng cần lưu ý là trong Bảng 3, chi phí đầu tư và quy định được gắn vào (và không được cộng thêm vào) tổng chi phí hoạt động và có thể bao gồm cả yếu tố chi phí cố định và biến đổi.

Bảng 3. Ví dụ về trình bày tổng hợp chi phí giữa các tác nhân trong chuỗi giá trị

Loại chi phí	Tác nhân 1	Tác nhân 2	Tác nhân 3	Tác nhân 4
Chi phí hoạt động - biến đổi				
Chi phí hoạt động - cố định				
Chi phí đầu tư				
Chi phí giao dịch				
Chi phí quản lý				
Tổng chi phí				

5. M. von Lampe, K. Deconinck và V. Bastien, 'Hợp tác Quản lý quốc tế các hoạt động liên quan đến thương mại: Khung lý thuyết', *Tài liệu Chính sách thương mại của OECD số 195*, Nhà xuất bản OECD, 2016, <https://doi.org/10.1787/3fbf60b1-en>

Bước 3

Tính toán doanh thu

Tiếp theo các loại chi phí, cần xác định doanh thu cho mỗi tác nhân hoặc nhóm tác nhân. Doanh thu được tính bằng cách nhân khối lượng sản phẩm bán ra (Q) với giá bán (P), sau đó cộng với các nguồn thu nhập bổ sung, chẳng hạn như thu nhập từ bán chất thải sản xuất.

$$\text{Doanh thu} = (Q * P) + \text{các nguồn thu nhập khác}$$

Ví dụ về nguồn thu nhập thêm này như trong chuỗi giá trị tre, phần dư thừa được dùng để sản xuất bột giấy hoặc nhiên liệu.

Giá thường sẽ thay đổi theo kênh tiếp thị, phân khúc thị trường, thứ hạng sản phẩm hoặc số lượng bán. Giá cũng dao động trong và giữa các mùa vụ khác nhau, thậm chí có thể thay đổi trong ngày, như ở nhiều thị trường rau tươi. Do đó, trong khảo sát nên đặt các câu hỏi liên quan đến giá cả ở các thị trường khác nhau, cho các sản phẩm khác nhau và trong các mùa vụ khác nhau. Khi tính giá trung bình, phải tính trọng số của giá. Hộp 5 trình bày ví dụ cho phương pháp tính toán này.

Hộp 5: Ví dụ về tính giá bán bình quân có trọng số

Giá sử dụng tính toán cho lô hàng 200 kg dưa chuột như sau:

Bán 100 kg với giá 2,00 đô la Mỹ = 200 đô la Mỹ

Bán 40 kg với giá 1,40 đô la Mỹ = 56 đô la Mỹ

Bán 40 kg với giá 1,00 đô la Mỹ = 40 đô la Mỹ

Bán 10 kg với giá 0,40 đô la Mỹ = 4 đô la Mỹ

10 kg không bán được

Tổng thu = 300 đô la Mỹ

Giá bán bình quân mỗi kg là:

$$(2,00 \text{ đô la Mỹ} + 1,40 \text{ đô la Mỹ} + 1,00 \text{ đô la Mỹ} + 0,40 \text{ đô la Mỹ} + 0,00 \text{ đô la Mỹ}) \div 5 = 0,96 \text{ đô la Mỹ}$$

Trong khi đó, giá bán bình quân có trọng số là:

$$300 \text{ đô la Mỹ} \div 200 \text{ kg} = 1,50 \text{ đô la Mỹ}$$



Lưu ý

Giá bán sản phẩm của người sản xuất có thể thay đổi tùy theo khối lượng họ bán. Ví dụ, một thương lái mua toàn bộ 1 tấn hàng hóa từ một nông dân sẽ sẵn sàng trả giá cao hơn. Người này sẽ trả giá thấp hơn nếu phải mua 100 kg hàng có cùng chất lượng từ mười nông dân khác nhau, vì khi đó họ phải chi trả thêm để thu gom hàng, và phải trả chi phí giao dịch cao hơn.

Khi nghiên cứu một thị trường trong vài năm, ví dụ mười năm, cần phải kết hợp các tỷ lệ lạm phát và giảm phát. Do vậy, cần phải chọn ra một năm cơ sở mà tất cả giá cũng như tỷ lệ lạm phát đã được điều chỉnh.



Lưu ý

Trong các cuộc phỏng vấn, có thể sử dụng nhiều đơn vị cho các chi phí và giá khác nhau. Ví dụ, các đơn vị sản xuất thủ công mỹ nghệ thường tính sản lượng theo đơn vị sản phẩm, đôi khi tính bằng tấn hoặc công-ten-nơ. Điều này rất dễ gây nhầm lẫn nếu nghiên cứu do nhiều người cùng thực hiện. Cần phải thống nhất về đơn vị đo lường hoặc xác định có bao nhiêu đơn vị sản phẩm trong một công-ten-nơ hoặc tấn.

Bước 4

Các phương pháp tính hiệu quả về tài chính

Có một số cách tính toán hiệu quả để mô tả và so sánh tình hình tài chính của các tác nhân chuỗi giá trị và các lựa chọn khác nhau.

A. Thu nhập ròng

Thu nhập ròng, hoặc lợi nhuận, được tính bằng cách lấy doanh thu trừ tổng chi phí biến đổi và chi phí cố định.

Thu nhập ròng = doanh thu - (chi phí biến đổi + chi phí cố định)

Ví dụ: nếu một nhà máy gạo bán 1.000 tấn gạo (Q) mỗi tháng với giá 350 đô la Mỹ (P)/tấn và có tổng chi phí 300.000 đô la Mỹ mỗi tháng để trồng lúa, thuê lao động, thuê đất, khấu hao máy móc và thuế, thì thu nhập ròng sẽ là:

$$\text{Thu nhập ròng} = P * Q - X$$

$$(350 \text{ đô la Mỹ} * 1.000) - 300.000 \text{ đô la Mỹ} = 50.000 \text{ đô la Mỹ/tháng}$$

Bước 4 Các phương pháp tính hiệu quả về tài chính

(Tiếp)

B. Lợi nhuận ròng trên đơn vị sản phẩm

Tỷ suất lợi nhuận ròng là thu nhập ròng kiếm được trên mỗi đơn vị sản phẩm. Nó được tính bằng cách lấy thu nhập ròng chia cho tổng khối lượng sản phẩm được bán (Q).

Lợi nhuận ròng trên đơn vị sản phẩm = Thu nhập ròng/Q

Trong trường hợp nhà máy gạo, lợi nhuận trên mỗi sản phẩm sẽ là:
50.000 đô la Mỹ lợi nhuận ròng / 1.000 tấn = 50 đô la Mỹ/tấn gạo

C. Lợi nhuận ròng cận biên

Biên lợi nhuận ròng là lợi nhuận ròng trên mỗi một đơn vị giá và thường được biểu thị bằng tỷ lệ phần trăm. Trong trường hợp này,

Biên lợi nhuận ròng = lợi nhuận ròng/đơn giá x 100

Đối với nhà máy gạo: 50 đô la Mỹ /350 đô la Mỹ = 0.143 hoặc 14.3% biên lợi nhuận ròng

D. Chi phí sản xuất

Chi phí sản xuất là tổng chi phí cố định và chi phí biến đổi được tính trên một đơn vị sản phẩm được sản xuất. Chi phí sản xuất là thước đo hiệu quả quan trọng của hiệu quả chi phí kỹ thuật. Chi phí sản xuất độc lập với giá nhận được nên nó rất hữu ích trong việc so sánh nhanh hiệu quả sản xuất giữa các tác nhân, các sản phẩm chuỗi giá trị và các lựa chọn công nghệ. Sự khác biệt giữa đơn giá sản phẩm và chi phí sản xuất là tỷ suất lợi nhuận ròng.

Chi phí sản xuất = (chi phí biến đổi + chi phí cố định) / tổng sản lượng

Đối với nhà máy xay xát gạo: 300.000 đô la Mỹ/ 1.000 tấn = 300 đô la Mỹ/tấn gạo xay

Các tác nhân và các doanh nghiệp chuỗi giá trị có hiệu quả và lợi nhuận cao thường có chi phí sản xuất thấp, nghĩa là tổng chi phí cho mỗi đơn vị sản xuất thấp. Không phải chỉ cần giảm chi phí là có thể đạt được kết quả này. Trên thực tế, có thể giảm chi phí sản xuất bằng cách đầu tư vào các sáng kiến và công nghệ để giúp tăng sản lượng hoặc hiệu quả sản xuất so với chi phí bỏ ra. Ví dụ, tăng chi phí để cải tiến giống cao sản và phân bón giúp tăng năng suất sẽ giúp đạt được mục tiêu là giảm chi phí sản xuất.

E. Điểm hòa vốn

Điểm hòa vốn giúp ước tính một tác nhân cần bán khối lượng bao nhiêu để bắt đầu kiếm được lợi nhuận. Nói cách khác, là điểm mà doanh thu lớn hơn chi phí.

Điểm hòa vốn = Tổng chi phí cố định / (P-Chi phí biến đổi đơn vị) = Số lượng đơn vị

Ví dụ, giả sử rằng:

- Tổng chi phí cố định của nhà máy gạo = 125.000 đô la Mỹ / tháng
- Bán 1 tấn gạo với giá 350 đô la Mỹ (P)
- Chi phí biến đổi trên mỗi tấn gạo xay = 175 đô la Mỹ

Tính điểm hòa vốn:

125.000 đô la Mỹ ÷ (350 đô la Mỹ - 175 đô la Mỹ) = 714,3 tấn gạo /tháng

F. Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu

Tính toán Tỷ suất lợi nhuận trên doanh thu (ROI) cho mỗi tác nhân trong chuỗi giá trị giúp ước tính mức độ hấp dẫn của hoạt động kinh doanh so với việc sử dụng vốn vào hoạt động khác.

ROI = (Thu nhập ròng / Chi phí đầu tư) x 100

Ví dụ, khi thu nhập ròng của nhà máy gạo ở trên là 50.000 đô la Mỹ /tháng, thì thu nhập ròng hàng năm là 50.000 đô la Mỹ x 12 = 600.000 đô la Mỹ⁶. Nếu chi phí đầu tư (vốn mà nhà máy gạo bỏ ra để thành lập doanh nghiệp) là 5.000.000 đô la Mỹ, thì ROI sẽ là:

(600,000 đô la Mỹ ÷ 5,000,000 đô la Mỹ) x 100 = 12% một năm

Để tính toán chính xác ROI cơ bản, như trong ví dụ A, phải tính khấu hao thực tế của tài sản cố định và tính cả chi phí lao động của bản thân người sản xuất vào chi phí sản xuất biến đổi. Nếu tổng chi phí vốn của một doanh nghiệp được quy cho sản xuất của một năm, các hoạt động sử dụng nhiều vốn sẽ có lợi nhuận thấp hơn; nếu bỏ qua chi phí lao động “quy đổi” khi tính chi phí biến đổi, ROI từ các hoạt động sử dụng nhiều công lao động sẽ trở nên cao hơn nhiều.

6. Giả sử doanh thu và chi phí trong năm không đổi.

Bước 5 Thay đổi theo thời gian

Các dữ liệu cần thiết để có thể so sánh toàn diện chi phí và biên lợi nhuận theo thời gian thường không thể thu thập được. Tuy nhiên, các nhà nghiên cứu có thể phân tích các xu hướng hiện tại hoặc những thay đổi có thể có, về giá đầu vào và giá sản phẩm hoặc thậm chí mức năng suất có thể ảnh hưởng như thế nào đến lợi nhuận và khả năng cạnh tranh trong tương lai của các doanh nghiệp trong chuỗi giá trị. Nói cách khác, nhà nghiên cứu nên tìm hiểu về xu hướng của chuỗi giá trị và cân nhắc đến những tác động của các xu hướng này cho tương lai. Ví dụ, cho đến nay, người bán buôn có quy mô nhỏ ở Việt Nam, vẫn chỉ thu được lợi nhuận thấp từ các sản phẩm họ bán. Vì trong vài năm trở lại đây, chi phí xăng dầu đã tăng đáng kể, khiến lợi nhuận của người bán buôn bị giảm đi. Do đó, phân tích tác động có thể xảy ra của các kịch bản giá xăng dầu có thể giúp thương nhân quyết định xem họ cần tăng quy mô kinh doanh, đổi mới để nâng cao hiệu quả chi phí hoạt động hay tìm nguồn thu nhập khác.

Bước 6 Tình hình tài chính tương đối của các tác nhân trong chuỗi giá trị

Ở bước này, ta sẽ so sánh các khoản đầu tư, chi phí, doanh thu, thu nhập ròng (hoặc lợi nhuận) và tỷ suất lợi nhuận giữa các tác nhân trong chuỗi giá trị. Mục đích của bước này là phân tích hiệu quả, tình hình tài chính tương đối và phân bổ chi phí và lợi ích của một tác nhân so với các tác nhân khác trong chuỗi.

Có nhiều cách trình bày tình hình tài chính của các tác nhân trong chuỗi giá trị, ví dụ như dùng bảng hoặc sơ đồ.

Bảng 4 và 5 trình bày ví dụ về cách tính tỷ lệ lợi nhuận và lợi nhuận gia tăng dọc theo chuỗi. Bảng 4 trình bày các công thức và Bảng 5 trình bày các ví dụ điển hình. Tính toán sẽ dễ dàng thực hiện trên bảng Excel.

Bảng 4 và 5



Bảng 4. Tính toán tỷ suất lợi nhuận trong thương mại hóa sản phẩm - công thức tính tỷ lệ

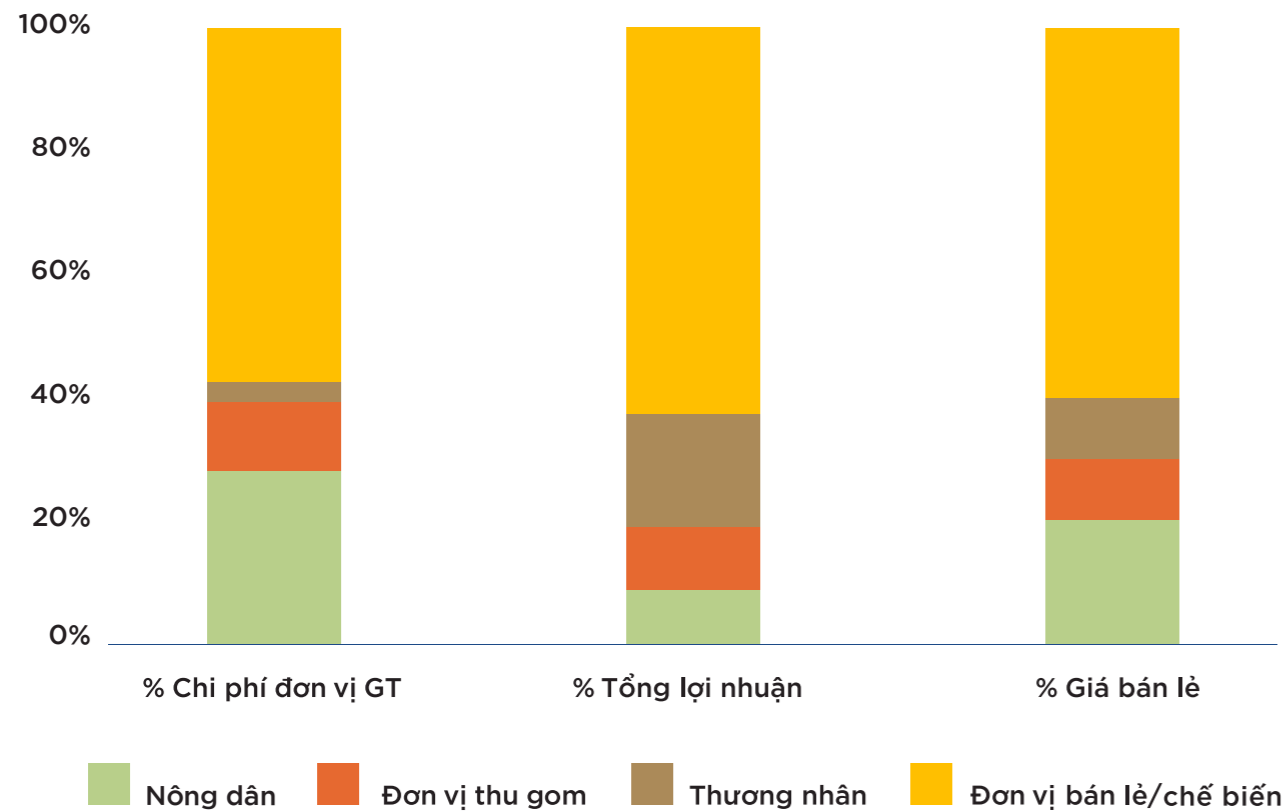
Tác nhân chuỗi giá trị	Chi phí			Giá	Lợi nhuận		Tỷ suất lợi nhuận	
	Tổng chi phí Đơn vị	Chi phí đơn vị gia tăng*	% Chi phí gia tăng	Đơn giá	Lợi nhuận đơn vị	% Tổng lợi nhuận	Tỷ suất lợi nhuận đơn vị	% Giá bán lẻ
Nông dân	A	-	A/F	G	G-A	(G-A)/(K-F)	G	G/K
Thu gom	G+B	B	B/F	H	H-B-G	(H-B-G)/(K-F)	H-G	(H-G)/K
Chế biến	H+C	C	C/F	I	I-C-H	(I-C-H)/(K-F)	I-H	(I-H)/K
Thương nhân	I+D	D	D/F	J	J-D-I	(J-D-I)/(K-F)	J-I	(J-I)/K
Bán lẻ	J+E	E	E/F	K	K-E-J	(K-E-J)/(K-F)	K-J	(K-J)/K
Tổng		F= A+B+C+D+E	100			100	K	100

*Chi phí đơn vị gia tăng là chi phí **gia tăng** ở mỗi công đoạn sản xuất so với chi phí mua bán từ công đoạn trước đó.

Bảng 5. Tính toán tỷ suất lợi nhuận (VND) trong quá trình thương mại hóa sản phẩm - ví dụ về cách trình bày cách tính tỷ suất lợi nhuận của chuỗi giá trị

Tác nhân trong chuỗi	Chi phí			Giá	Lợi nhuận		Tỷ suất lợi nhuận	
	Tổng chi phí đơn vị	Chi phí đơn vị gia tăng	% Chi phí gia tăng	Đơn giá	Lợi nhuận đơn vị	% Tổng lợi nhuận	Tỷ suất lợi nhuận đơn vị	% Giá bán lẻ
Nông dân	20,000	20,000	29%	25,000	5,000	9%	25,000	20%
Thu gom	32,100	7,100	10%	37,500	5,400	10%	12,500	10%
Thương nhân	39,185	1,685	2%	50,000	10,815	19%	12,500	10%
Chế biến/ Bán lẻ	89,873	39,873	58%	125,000	35,127	62%	75,000	60%
Tổng		68,658	100%		56,342	100%	125,000	100%

Sơ đồ tỷ suất lợi nhuận của chuỗi giá trị được trình bày ở hình 1 dưới đây.



Hình 1. Tỷ suất lợi nhuận của chuỗi giá trị của các tác nhân ở các công đoạn khác nhau trong chuỗi giá trị ở dạng phần trăm so với tổng giá trị gia tăng

Sau khi trình bày dữ liệu, nhà nghiên cứu có thể tiến hành phân tích. Ví dụ, trong Hình 1, có thể thấy rõ rằng nông dân có chi phí cao và lợi nhuận nhỏ, trong khi thương nhân có chi phí nhỏ và lợi nhuận tương đối cao. Điều đó cho thấy chi phí và tỷ suất lợi nhuận có thể không đồng đều trong chuỗi giá trị - nhưng chưa hẳn đã chính xác. Khi phân tích, người nghiên cứu cần xem xét kỹ lưỡng tổng chi phí, doanh thu và lợi nhuận của mỗi tác nhân.

Trình bày về tổng chi phí, doanh thu và lợi nhuận của mỗi tác nhân mỗi năm (thay vì chỉ trình bày chi phí cho mỗi đơn vị sản phẩm) sẽ thấy được quy mô kinh doanh của một tác nhân. Điều này rất quan trọng vì nếu chỉ xem xét lợi nhuận trên mỗi đơn vị sản phẩm, một tác nhân có thể được cho là không được nhận lợi nhuận xứng đáng vì lợi nhuận trên một đơn vị của họ là nhỏ.

Tuy nhiên, khi nhìn vào tổng lợi nhuận hàng năm của tác nhân thì ta có thể biết tác nhân đó có thực sự kiếm được thu nhập đáng kể không. Điều này thường xảy ra với sản phẩm hàng hóa như ngô chẳng hạn. Những sản phẩm thường có tỷ suất lợi nhuận trên mỗi đơn vị thấp, nhưng vì chúng được bán với số lượng lớn, nên tổng lợi nhuận mỗi năm vẫn khá hấp dẫn.

Bước 7 So sánh

So sánh năng suất và hiệu quả tài chính của cùng một loại tác nhân trong một cộng đồng hoặc giữa các cộng đồng, khu vực hoặc quốc gia có thể cung cấp thông tin hữu ích về hiệu quả tiềm năng có thể đạt được. Các hoạt động can thiệp vào chuỗi giá trị thường đòi hỏi nông dân phải tăng cường thực hành quản lý (tức là chi tiêu nhiều hơn vào công nghệ, lao động hoặc các yếu tố đầu vào khác) để tăng hiệu quả, sản lượng, chất lượng sản phẩm và lợi nhuận. Do đó, điều quan trọng khi đối sánh là phải xem xét một loạt các thước đo năng suất, chất lượng và lợi nhuận chính chứ không chỉ là các thước đo đơn giản như chi phí đầu vào hoặc sản lượng. Ví dụ như nông dân trồng lúa ở miền Bắc Việt Nam có thể chi 1 triệu đồng cho đầu vào mỗi hecta, trong khi nông dân ở Tây Nguyên chỉ phải chi năm trăm nghìn đồng mỗi hecta. Điều này có nghĩa là nông dân miền Bắc đang tốn quá nhiều vào chi phí đầu vào. Mặt khác, giá nguyên liệu đầu vào có thể cao hơn nhiều do phát sinh chi phí vận chuyển. Tuy nhiên, có thể nông dân miền Bắc sản xuất năng suất cao hơn và đạt chất lượng tốt hơn. Điều này có nghĩa là họ có thể có chi phí sản xuất bằng hoặc thấp hơn (tức là năng suất trên một đơn vị chi phí cao hơn) và nhận được giá cao hơn, điều này giúp họ có lãi hơn nông dân ở Tây Nguyên. Vì vậy, khi phân tích đối sánh chi tiết, chúng ta hiểu rõ ràng và chính xác bản chất của vấn đề.

Ngoài ra, so sánh hiệu suất tài chính của các nhóm hoặc các loại hình tác nhân khác nhau trong chuỗi giá trị cũng rất hữu ích. Việc này giúp xác định loại hình nào hiệu quả và có lợi hơn. Khi đưa ra được một bộ số liệu tài chính toàn diện cho từng loại tác nhân, chúng ta sẽ có thể tìm hiểu sâu hơn về nguyên nhân dẫn đến sự khác biệt về hiệu quả và lợi nhuận.

Bước 8 Xem xét các yếu tố bên ngoài dữ liệu định lượng

Bước cuối cùng trong phần chi phí và tỷ suất lợi nhuận là xem xét các yếu tố bên ngoài dữ liệu định lượng (như bổ sung bằng phương pháp định tính) để tìm hiểu lý do tại sao một số tác nhân nhất định trong chuỗi hoạt động hiệu quả hơn và mang lại lợi nhuận cao hơn những tác nhân khác. Đây có phải là kết quả của việc một tác nhân đầu tư nhiều hơn các tác nhân khác, hay là do họ có kiến thức kỹ thuật tốt hơn, hay được tiếp cận nhiều hơn với thông tin thị trường nhờ các mối liên kết tốt hơn? Hay đó có phải là kết quả của sự phân bổ quyền lực bình đẳng giữa các tác nhân hay không?

Sự khác biệt về tỷ suất lợi nhuận và lợi nhuận thu được giữa các tác nhân trong các phân loại khác nhau có thể phản ánh các vấn đề khác nhau: các hoạt động quy mô lớn có thể cho phép tỷ suất lợi nhuận thấp hơn; mức độ rủi ro cao hơn thường đi kèm với tỷ suất lợi nhuận cao hơn; khả năng phát triển thương hiệu có thể mang lại lợi nhuận cao hơn; hoặc vị thế thương lượng mạnh hơn có thể dẫn đến kết quả tương tự. Mức độ đầu tư, hoặc liên kết thị trường và khả năng tiếp cận thông tin thị trường, hay kỹ thuật phù hợp quan trọng hơn khi so sánh lợi nhuận trong cùng một phân loại tác nhân.

Những Điều Cần Biết sau khi Hoàn Thành Phân Tích

Làm theo tất cả các bước phân tích chi phí và tỷ suất lợi nhuận sẽ giúp làm sáng rõ tình hình tài chính của các tác nhân tham gia chuỗi giá trị, có thể tóm tắt những điểm mạnh và điểm yếu liên quan đến chi phí và tỷ suất lợi nhuận của một tác nhân và/hoặc chuỗi giá trị. Sau đó, cần xác định các trở ngại và nhu cầu của chuỗi giá trị từ đó xây dựng các can thiệp khả thi.



Hàng nghìn hộ nông dân vẫn dựa vào cây lúa để đảm bảo an ninh lương thực và thu nhập. Cấy mạ tại Yên Bái, miền Bắc, Việt Nam.
Ảnh: ©2014CIAT/GeorginaSmith

Công cụ 6

Phân Phối Thu Nhập

Giới Thiệu	202
Mục Tiêu	204
Các Bước Tiến Hành	205
Bước 1 Xác định danh mục các đối tượng	205
Bước 2 Tính thu nhập ròng tại từng cấp trong chuỗi giá trị	206
Bước 3 Đối chuẩn thu nhập ở từng cấp quy trình của chuỗi giá trị	207
Bước 4 Tính thu nhập biến động theo thời gian	208
Bước 5 Đánh giá vùng thu nhập trong chiến lược sinh kế	210
Bước 6 So sánh thu nhập theo các kênh phân phối khác nhau trong một chuỗi giá trị	214
Bước 7 Tổng hợp thông tin về thu nhập và lương ở cấp độ ngành	216
Những Điều Cần Biết sau khi Hoàn Thành Phân Tích	217

Giới Thiệu

Chương trước đã trình bày các bước phân tích về doanh thu, chi phí và tỷ suất lợi nhuận của các đối tượng thuộc chuỗi giá trị công cụ 5. Chương này sẽ mở rộng thêm các phân tích này qua xem xét về việc tạo và phân phối thu nhập ở các cấp độ và chiều hướng khác nhau trong chuỗi giá trị.

Thu nhập tạo ra từ lợi nhuận hay tiền lương luôn đóng một vai trò quan trọng đối với sinh kế hộ gia đình và các doanh nghiệp kinh doanh nông nghiệp tham gia trong chuỗi giá trị. Đối với hộ nghèo và các tác nhân trong chuỗi giá trị thì việc tăng thu nhập luôn được ưu tiên hàng đầu. Đây đồng thời cũng thường là trọng tâm trong các chính sách và chiến lược phát triển của Chính - đặc biệt khi sự phân phối thu nhập thường là không đồng đều giữa các nhóm tác nhân, ở các cấp độ, công đoạn của chuỗi giá trị và các phân khúc thị trường khác nhau.

Trên thực tế, người nghèo và người có hoàn cảnh khó khăn thường có thu nhập thấp và không ổn định. Thu nhập của nhóm người dân tộc ít người và phụ nữ cũng thường thấp hơn so với nhóm khác. Phân tích

Có thu nhập đủ là một thách thức lớn đối với nhiều hộ gia đình tại nông thôn. Cher Thai Lor và gia đình, tỉnh Xiang Khouang, Lào.
Ảnh: ©2014CIAT/GeorginaSmith

thu nhập và phân phối thu nhập có thể giúp cho việc xác định được nguồn thu nhập được tạo ra bởi các nhóm tác nhân nào, ở các cấp độ các khâu và phân khúc thị trường nào trong chuỗi giá trị. Phân tích có thể hỗ trợ cho việc xác định xem người nghèo, phụ nữ, người có hoàn cảnh khó khăn có thể tham gia vào hoạt động nào để thu được nhiều lợi nhuận hơn hoặc có các cơ hội tạo ra thu nhập.

Theo một phân tích về thu nhập, mỗi tác nhân có thể đồng thời tham gia vào các chuỗi giá trị khác nhau tại cùng một thời điểm. Ví như một nông hộ có thể tạo thu nhập từ nhiều nông trại trồng các loại cây khác nhau, từ các hoạt động thủ công cũng như các hoạt động phi nông nghiệp khác. Một thương nhân cũng có thể đồng thời kinh doanh nhiều sản phẩm nông nghiệp tại cùng một thời điểm hoặc vào các mùa vụ khác nhau trong năm. Do đó, phân tích cần lưu ý rằng tổng thu nhập ròng và chiến lược sinh kế của một cá nhân hoặc một gia đình có sự đóng góp từ nhiều nguồn thu nhập khác nhau.

Quả mận mang lại thu nhập quan trọng ở các vùng núi phía Bắc Việt Nam. Phân loại và đóng gói mận tại tỉnh Sơn La cho thị trường đô thị.
Ảnh: FocusGroupGo/Rodd Dyer



Mục Tiêu

Mục tiêu của việc phân tích phân phối thu nhập là:

- Tính toán và đối sánh thu nhập cho các tác nhân ở từng công đoạn
- Tính toán sự biến động của thu nhập theo thời gian
- So sánh thu nhập ở các phân khúc thị trường khác nhau
- Tính lương và thu nhập theo từng lĩnh vực



Thuật ngữ

Nhiều phụ nữ làm việc trong các doanh nghiệp đóng gói, chế biến và phân phối, chẳng hạn như tại xưởng đóng gói xoài ở miền Nam, Trung Quốc.
Ảnh: Oikoi

Thu nhập ròng là doanh thu nhận được từ việc bán hàng hóa hoặc từ công lao động cộng với giá trị sản phẩm tiêu dùng cho gia đình từ hàng hóa sản xuất ra trừ đi các chi phí. Đây là lợi nhuận của một doanh nghiệp hoặc công ty trong chuỗi giá trị.

Thu nhập gộp là doanh thu được tạo ra từ việc bán sản phẩm hoặc công lao động của một cá nhân.

Việc tính thu nhập ròng **không** khấu trừ chi phí công lao động gia đình, bởi vì khoản này được tính cho 'thu nhập' từ lao động của doanh nghiệp. Tuy nhiên, chi phí thuê nhân công lại được trừ đi vì đây được coi là chi phí của doanh nghiệp.

Theo các thỏa thuận thu nhập bằng tiền mặt sẽ được phân biệt với thu nhập không phải tiền mặt. Ví dụ: đôi khi lao động làm thuê sẽ được trả công dưới hình thức kết hợp giữa tiền mặt và các lợi ích khác (bữa ăn, chăm sóc sức khỏe, lương hưu).

Các Bước Tiến Hành

Bước 1 Xác định và phân nhóm các tác nhân

Để phân tích thu nhập trong chuỗi giá trị, sẽ rất hữu ích nếu chúng ta phân các tác nhân vào từng nhóm một cách có ý nghĩa. Việc lập sơ đồ chuỗi (Công cụ 2) đã nêu ra các ví dụ về các cách phân nhóm tác nhân khác nhau. So sánh thu nhập giữa các hộ nghèo và các hộ khác, hay giữa các doanh nghiệp có quy mô sản xuất khác nhau cũng là một hoạt động có ích. Tương tự, cần xem xét đến sự chênh lệch đáng kể về thu nhập giữa nam giới và phụ nữ hoặc giữa các nhóm dân tộc khác nhau.



Lưu ý

Các cửa hàng bán lẻ rau quả truyền thống như thế này ở In-đô-nê-si-a, mang lại thu nhập cho hàng nghìn chủ doanh nghiệp nhỏ.
Ảnh: Oikoi

Mức nghèo là một thước đo mang tính tương đối và rất khó (và có lẽ không đúng) để so sánh tình trạng nghèo (dựa vào thu nhập) giữa các hộ gia đình ở các mức khác nhau thuộc chuỗi giá trị với các mức chi tiêu khác nhau. Ví dụ, một hộ nông nghèo thu nhập 1 đô la Mỹ một ngày không thể đem so sánh với một công nhân nhà máy nghèo trong thành phố thu nhập 4 đô la Mỹ mỗi ngày. Cả hai đều được xét vào diện nghèo khi so với các đối tượng khác. Tuy nhiên, ở đây có sự khác biệt rõ rệt giữa mức thu nhập 1 đô la Mỹ và 4 đô la Mỹ một ngày.

Dùng các thước đo khác của thu nhập (như sức mua) để phản ánh độ chênh lệch giữa các cấp khác nhau thuộc chuỗi giá trị có lẽ sẽ chính xác hơn. Ngoài ra, ta cũng có thể sử dụng thước đo chuẩn nghèo chính thức, thường kèm theo các mức khác nhau cho các khu vực nông thôn và thành thị hoặc các khu vực sản xuất nông nghiệp thuộc vùng núi và đồng bằng.



Bước 2

Tính toán thu nhập tại từng cấp độ, công đoạn của chuỗi giá trị

So sánh thu nhập ròng tại từng cấp độ, công đoạn của chuỗi giá trị sẽ cho ta một bức tranh về cách thức phân phối lợi ích về tài chính giữa các tác nhân và nhóm tác nhân. Nó cũng phản ánh được khối lượng sản phẩm khác nhau thế nào qua mỗi một công đoạn và các tác nhân khác nhau.

Tổng thu nhập ròng được tính bằng cách lấy tổng doanh thu trừ đi tổng chi phí (trong đó tổng chi phí bao gồm cả chi phí nhân công nhưng **không tính công lao động của lao động của bản thân tác nhân và gia đình**). Thu nhập ròng trên một đơn vị sản phẩm được tính bằng cách chia tổng thu nhập ròng cho khối lượng sản phẩm đã bán và tiêu dùng trong gia đình. Trong ví dụ ở Bảng 1, thu nhập của mỗi tác nhân ở từng cấp độ, công đoạn của chuỗi giá trị được tính thông qua lợi nhuận ròng và khối lượng sản phẩm bán ra.

Thu thập dữ liệu, đặc biệt là dữ liệu về chi phí một cách chính xác để ước tính thu nhập có thể là một việc khá khó. Đồng thời cũng cần phải tính đến hình thức của sản phẩm sẽ được chuyển đổi khi dịch chuyển theo các công đoạn khác nhau trong chuỗi giá trị.

Bảng 1. Ví dụ về phân phối thu nhập trong chuỗi giá trị lúa ở Thái Lan

	Người nuôi tằm	Người kéo sợi	Người nuôi tằm và kéo sợi	Lái buôn	Thợ dệt	Người bán lẻ
Tổng chi phí trên một đơn vị - 1 kg sản phẩm (Đồng Baht)	67	725	704	715	437	744
Tổng doanh thu trên một đơn vị (Đồng Baht)	70	834	834	750	660	812
Thu nhập ròng trên một đơn vị (Đồng Baht)	3	109	130	35	223	68
Lượng hàng bán trong một tháng	137 kg	18 kg	18 kg	18 kg	100 tấm lụa	100 tấm lụa
Tổng thu nhập trong một tháng (Đồng Baht)	411	1,962	2,340	630	22,266	6,822

Bước 3

Đối sánh các mức thu nhập ở mỗi cấp độ, công đoạn của chuỗi giá trị

Ta cũng có thể phân tích rõ hơn về thu nhập ở từng cấp độ, công đoạn của chuỗi giá trị bằng cách phân riêng cho từng nhóm tác nhân đã được xác định trong bước 1. Ví dụ, thu nhập của nông dân nghèo, trung bình và khá giả có thể tách ra phân tích riêng thay vì gộp vào làm một nhóm chung cho “nông dân”. Ta có thể dễ dàng tính ra các mức về tổng thu nhập và thu nhập ròng cho các nhóm tác nhân khác nhau qua các thông tin có được về chi phí, doanh thu và lượng hàng bán được của từng nhóm tác nhân.

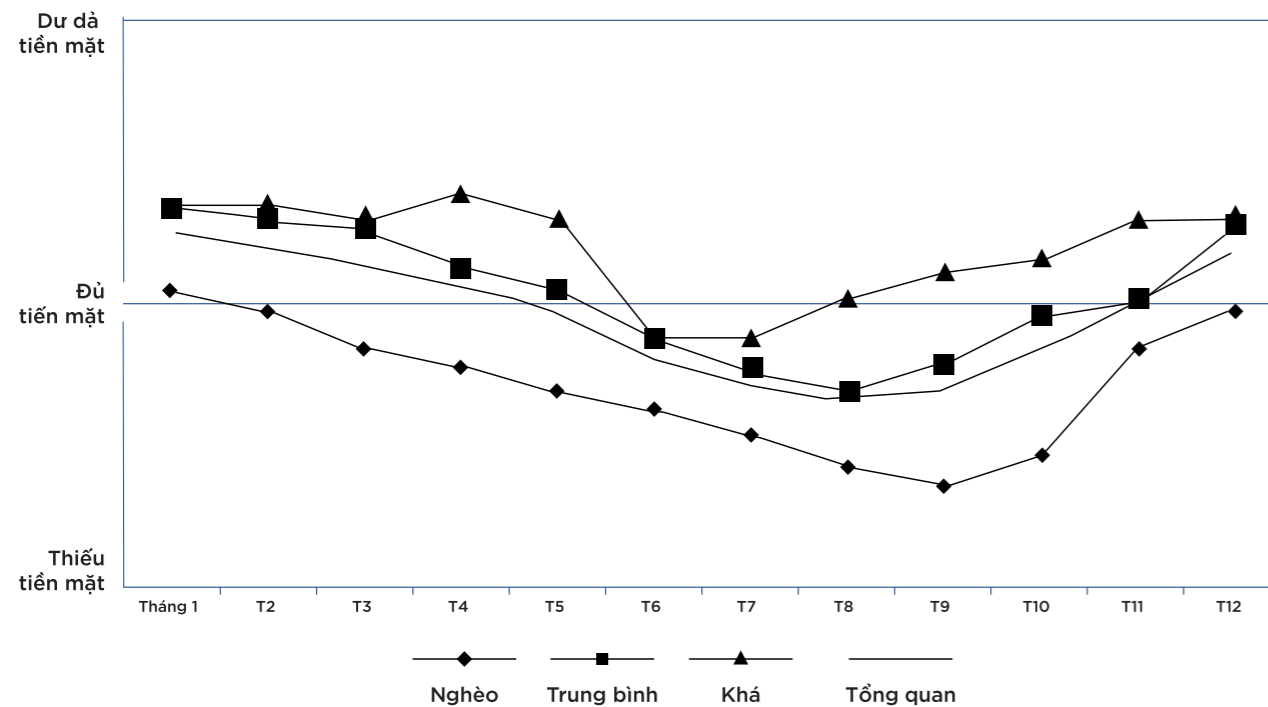
Thu nhập ròng bình quân ước tính cho các tác nhân ở từng cấp độ, công đoạn trong chuỗi giá trị có thể được đối sánh với nhau và so sánh với các ước tính cho mức chuẩn nghèo theo quy định (ví dụ thu nhập tối thiểu được coi là thỏa đáng) hoặc mức chi tiêu sinh hoạt cơ bản.

Sử dụng phương pháp đối sánh với mức chuẩn nghèo, biên lợi nhuận (hoặc lợi nhuận biên) và thông tin về thu nhập từ doanh nghiệp trong chuỗi giá trị, ta có thể lập được công thức tính mức sản xuất và giá thành sao cho lợi nhuận thu được cao hơn mức chuẩn nghèo. Các ví dụ có thể bao gồm diện tích và năng suất lúa hoặc khối lượng hàng hóa tính theo tấn cho sản phẩm hoa quả được đem bán.

So sánh thu nhập dự kiến với chi phí sinh hoạt tối thiểu là một phương pháp khác để đánh giá xem liệu tham gia vào một chuỗi giá trị có phải là một chiến lược sinh kế hiệu quả hay không. Ví dụ, trong Hình 1, thể hiện lợi nhuận ròng thu được từ sản xuất gạo ở vùng đồng bằng sông Hồng, Việt Nam tính theo diện tích đất và so sánh với mức chuẩn nghèo theo quy định. Từ đó ta thấy mỗi hộ gia đình cần ít nhất 0,57ha ruộng để lợi nhuận ròng thu được từ sản xuất lúa vượt trên ngưỡng nghèo. Mỗi hộ gia đình thường được phân khoảng 0,144 ha ruộng (360m² mỗi người và tối đa 4 người một hộ), từ phân tích có thể nhận thấy trừ khi năng suất tăng lên đáng kể, nếu không, chỉ dựa vào sản xuất lúa sẽ khó tác động đến giảm nghèo. Vì vậy, cần phải cân nhắc đến việc tham gia vào các chuỗi giá trị và hoạt động khác để có thu nhập cao hơn.

Hình 1





Hình 2. Khó khăn về tiền mặt hàng tháng theo các nhóm giàu nghèo. Nguồn²

Có lẽ chúng ta sẽ không thể ngay lập tức hiểu rõ về tình trạng nợ nần của hộ gia đình hay doanh nghiệp. Tuy nhiên, điều quan trọng là cần phải có một số hiểu biết nhất định về tình trạng nợ nần của hộ gia đình khi phân tích sự biến động thu nhập theo mùa vụ và xác định các lựa chọn chuỗi giá trị, cũng như giải pháp thích hợp. Nhiều hộ gia đình và doanh nghiệp có thể phải mua chịu vật tư đầu vào hoặc vay nợ từ nhiều nguồn chính thức (như ngân hàng và tổ chức tín dụng) và các nguồn phi chính thức (như người cho vay nặng lãi hoặc thương lái).

Việc chi trả những món nợ và vay tín dụng có thể làm giảm đáng kể khoản thu nhập ròng và tiền mặt có được từ bán sản phẩm trong khoảng thời gian còn lại của năm. Trường hợp này thường xảy ra đối với nhóm hộ nghèo và người có hoàn cảnh khó khăn vì họ vốn là người có thu nhập thấp. Ví dụ như những nông dân dân tộc ít người trồng ngô ở vùng núi phía Bắc Việt Nam thường vay tiền từ người cho vay tại địa phương để mua thức ăn và trang trải cho những nhu cầu sinh hoạt thiết yếu trong nhiều tháng cho đến khi họ bán được nông sản. Khi giá cả hay năng suất giảm thì họ càng lún sâu hơn vào vòng xoáy nợ nần.

Để nghiên cứu sâu hơn về các khoản nợ và chi trả các khoản vay tín dụng trong năm, ta cần phải áp dụng một phép tính đơn giản về dòng tiền hàng tháng. Ví dụ được trình bày trong bảng 2.

2. NERI, *Kinh tế học vĩ mô của dự án giảm nghèo - Cải thiện thu nhập của hộ nông ở CHDCND Lào*. Viêng Chăn, CHDCND Lào, Chuẩn bị cho chương trình phát triển Liên Hợp Quốc và viện nghiên cứu kinh tế quốc gia Lào, Chương trình phát triển Liên Hợp Quốc và Viện nghiên cứu kinh tế quốc gia, 2005.

Bảng 2. Ví dụ về cách tính dòng tiền hàng tháng													
	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12	Tổng cộng
Doanh thu													
Doanh thu từ thu hoạch	\$485						\$525						
Doanh thu từ gia súc												\$218	
Tổng doanh thu	\$485	0	0	0	0	0	\$525	0	0	0	0	\$218	\$1,228
Chi phí													
Vật tư đầu vào			\$44						\$35				
Lao động	\$36		\$15				\$44	\$29		\$15			
Cày			\$44					\$44					
Vận chuyển	\$29						\$29						
Trả nợ vay nông nghiệp	\$15	\$15	\$15	\$15	\$15	\$15	\$15	\$15	\$15	\$15	\$15	\$15	
Tổng chi phí	\$80	\$15	\$118	\$15	\$15	\$15	\$88	\$15	\$123	\$15	\$30	\$15	\$544
Thu nhập thuần	\$405	-\$15	-\$118	-\$15	-\$15	-\$15	\$437	-\$15	-\$123	-\$15	-\$30	\$203	\$684

Nguồn³

Ta có thể áp dụng phương pháp tiếp cận này để so sánh dòng tiền theo thời vụ và các trở ngại của các chuỗi giá trị khác nhau hoặc các nhóm mục tiêu và các nhóm có thu nhập khác nhau. Việc phân tích riêng rẽ như vậy cũng có thể được thực hiện với bất kỳ nhóm tác nhân nào được xác định trong Bước 1 - ví dụ, các mức khác nhau của dòng tiền theo thời vụ đối với hộ gia đình có chủ hộ là nam hay nữ hoặc đối với các hộ các gia đình thuộc các nhóm dân tộc ít người khác nhau.

Bước 5 Đóng góp vào tổng thu nhập và sinh kế

Điều quan trọng là cần nghiên cứu sự đóng góp của thu nhập từ các hoạt động sản xuất kinh doanh của chuỗi giá trị khác nhau vào tổng thu nhập của hộ gia đình hay doanh nghiệp. Khi các hộ cố gắng đa dạng hóa thu nhập của họ, một chuỗi giá trị có thể chỉ đóng một phần nhỏ trong tổng thu nhập. Mặt khác, hộ gia đình cũng có thể gần như chỉ trông vào một nguồn thu từ một sản phẩm của chuỗi giá trị hoặc một hoạt động kinh doanh.

Một nghiên cứu về những người bán hàng rong ở Hà Nội cho thấy hoạt động kinh doanh của họ chiếm hơn 90% thu nhập tiền mặt của hộ gia đình. Do đó cải thiện thu nhập và hiệu suất trong chuỗi giá trị này sẽ có ảnh hưởng đáng kể đến tổng thu nhập của gia đình.

Khi nguồn thu nhập chính là từ các cây trồng có giá trị thấp như lúa, ngô, các hộ gia đình thường cải thiện bằng đa dạng hóa việc sử dụng đất đai, lao động hoặc nguồn vốn của họ vào các loại cây trồng giá trị cao hơn và từ bỏ chuỗi giá trị có thu nhập thấp hơn.

3. Cơ quan phát triển quốc tế Hoa Kỳ và Tập đoàn Mercy, *Chương trình nông nghiệp vì lợi nhuận: Hướng dẫn kỹ thuật cho việc lập kế hoạch tài chính của nông hộ nhỏ*, Hỗ trợ hiệu suất vận hành và kỹ thuật (TOPS), 2017, https://www.fsnnetwork.org/sites/default/files/techguide-financialplanningguide-interactive-final_508.pdf

Giả thiết rằng sự chuyển đổi này không ảnh hưởng đến an ninh lương thực của hộ khi diện tích cây lương thực chính bị giảm đi.

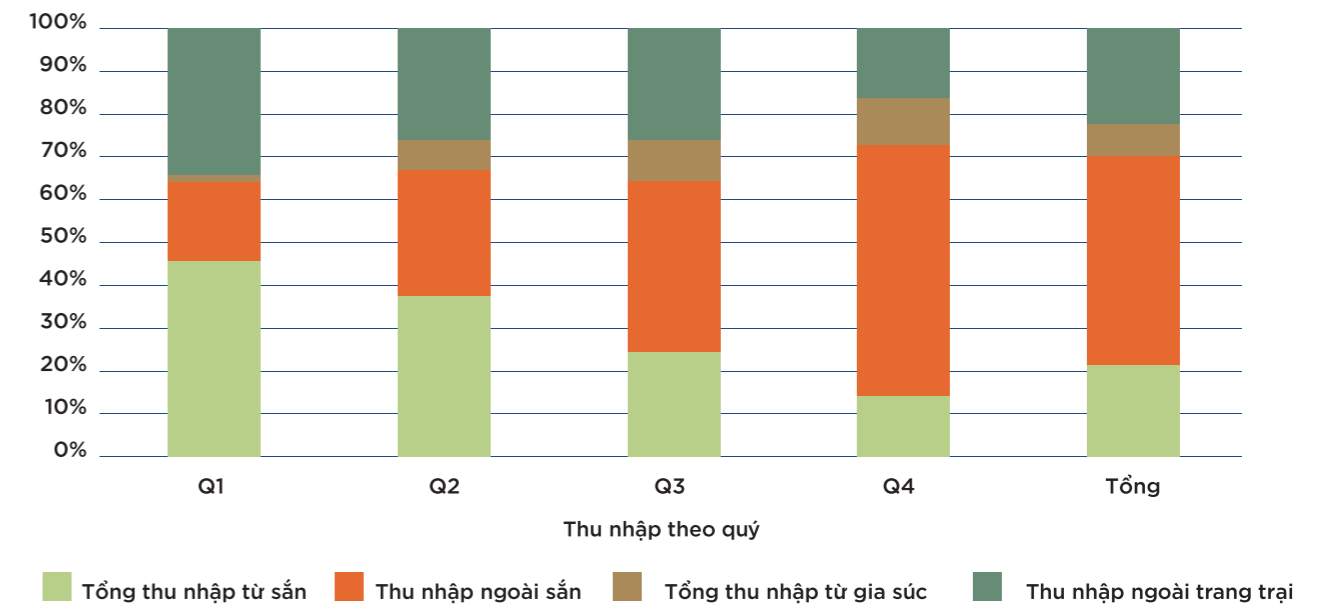
Ta có thể dùng bản câu hỏi khảo sát để xác định sự đóng góp của thu nhập từ nhiều hoạt động khác nhau vào tổng sinh kế của hộ gia đình. Điều quan trọng là cần phải phân biệt rõ giữa các hoạt động tạo ra thu nhập tiền mặt và các hoạt động phục vụ mục đích tiêu dùng gia đình.

Kết quả khảo sát có thể dùng để phân tích cho các nhóm hộ gia đình khác nhau. Ví dụ trong bảng dưới đây thể hiện các nguồn sinh kế và thu nhập khác nhau của nông dân trồng sắn phân loại theo 4 nhóm⁴ hộ phân theo mức thu nhập ở Đắc Lắc Việt Nam.

Bảng 3. Thu nhập bình quân của hộ nông từ nhiều nguồn khác nhau (đô la Mỹ /năm) theo 4 nhóm thu nhập (2016)					
4 nhóm thu nhập	Nhóm 1	Nhóm 2	Nhóm 3	Nhóm 4	Tất cả các hộ gia đình
Tổng thu nhập từ sắn	435	836	988	1708	991
Giá trị sản xuất lúa gạo	125	302	469	554	362
Thu nhập từ ngô	17	35	34	23	27
Thu nhập từ tất cả các loại cây trồng hàng năm khác	10	54	133	3566	937
Thu nhập từ cà phê	30	144	853	1960	744
Thu nhập từ các cây trồng lâu năm khác	7	35	47	261	87
Thu nhập từ trồng trọt	625	1405	2524	8071	3149
Thu nhập từ trồng trọt ngoài sắn	190	569	1536	6363	2158
Tổng thu nhập từ cá và chăn nuôi	21	147	347	1192	426
Thu nhập từ nông nghiệp	646	1551	2871	9264	3575
Tiền công phi nông nghiệp	286	467	740	605	524
Thu nhập phi nông nghiệp không thường xuyên	4	28	162	294	122
Thu nhập từ tiền lương	12	28	86	718	210
Thu nhập từ lâm sản ngoài gỗ	4	6	0	0	3
Thu nhập từ nuôi cá	0	0	0	0	0
Thu nhập khác	6	55	108	358	131
Thu nhập phi nông nghiệp	312	585	1096	1975	991
Tổng thu nhập	958	2137	3968	11239	4566

4. V.N. Nguyen cùng cộng sự, *Phân tích chuỗi giá trị, Khảo sát hộ gia đình và kết quả thử nghiệm nông học ở Đắc Lắc, Việt Nam*, Chương trình thảo luận về sắn, trang số 2, Đại học Queensland, 2018.

Khi phân tích cần phân biệt rõ giữa tổng hợp các nguồn thu nhập tiền mặt và nguồn sinh kế. Trong bảng ở trên, lúa là cây lương thực chủ lực được hộ gia đình trồng với mục đích tự cung tự cấp. Khi tính toán tổng hợp các nguồn sinh kế, cần tính cả giá trị sản lượng của cây lương thực chính. Chuyển đổi các số liệu thành tỉ lệ phần trăm và trình bày chúng dưới dạng biểu đồ cột biểu thị 100% là cách thuận tiện để so sánh các nguồn sinh kế theo các nhóm hộ phân theo thu nhập (Hình 3).

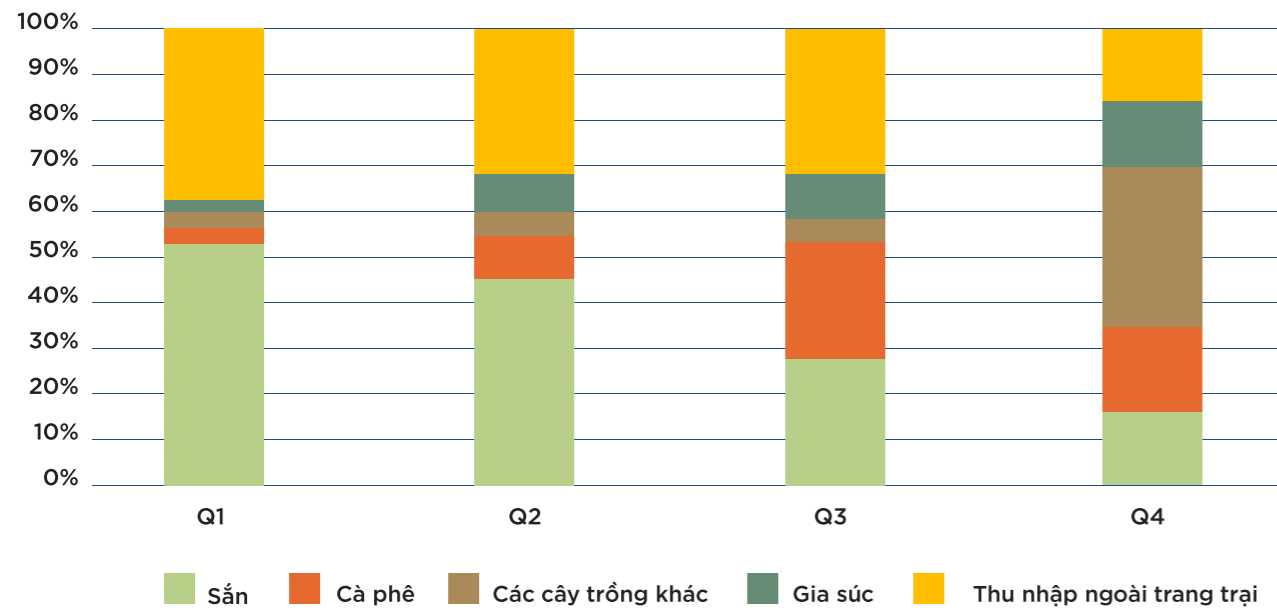


Hình 3. Các nguồn sinh kế của nông dân trồng sắn tại Đắc Lắc (2016), theo 4 nhóm thu nhập (Q)

Hình 4 thể hiện các nguồn thu nhập tiền mặt theo 4 nhóm thu nhập. Số liệu này không tính giá trị lúa gạo vào tổng thu nhập gộp. Biểu đồ đã chỉ rõ sản phẩm sản tương đối quan trọng với các hộ gia đình có thu nhập thấp. Trung bình, sắn chiếm hơn 50% thu nhập tiền mặt của nhóm hộ gia đình có thu nhập thấp nhất và hơn 40% thu nhập của nhóm có thu nhập thấp thứ 2.

Hình 4





Hình 4. Các nguồn thu nhập bằng tiền mặt của nông dân trồng sắn tại Đắc Lắc (2016), theo 4 nhóm hộ phân theo mức thu nhập (Q)

Thương nhân cũng có thể có nhiều nguồn thu nhập. Một người thương nhân cùng một thời điểm có thể tham gia vào các chuỗi giá trị nông nghiệp khác nhau hoặc hoặc là theo mùa vụ. Điều này có nghĩa là các quyết định tham gia vào một chuỗi giá trị bất kỳ phụ thuộc ngẫu nhiên vào các yếu tố bên ngoài chuỗi giá trị. Ví dụ, một thương nhân có thể thanh lí lỗ lượng ngô tồn kho thay vì là đợi giá tăng lên, trong trường hợp họ cần kho bãi và thanh khoản tiền mặt để tham gia vào buôn bán đậu tương ở vụ tới.

Bước 6

So sánh thu nhập giữa các kênh phân phối khác nhau

Nhà nghiên cứu có thể có mong muốn so sánh thu nhập giữa các chuỗi giá trị khác nhau hay các phân khúc thị trường của cùng một ngành hàng, giữa các hình thức quản trị khác nhau hay giữa các ngành hàng (chuỗi giá trị) trong một lĩnh vực cụ thể. Điều quan trọng cần phải biết là khi so sánh các chuỗi giá trị khác nhau thuộc các lĩnh vực khác nhau mà không xem xét đến các hệ sinh thái nông nghiệp khác nhau (đối với sản xuất) hoặc các công nghệ sẵn có (công nghệ xay xát đơn giản với công nghệ cao) có thể dẫn đến những kết luận thiếu chính xác. Các kênh phân phối khác nhau thường định giá sản phẩm không giống nhau, điều này cũng sẽ ảnh hưởng đến hệ thống sản xuất, đầu vào và chi phí.

Ví dụ sau đây (Hình 5) so sánh thu nhập ròng của nhà sản xuất và nhà chế biến theo 3 kênh phân phối khác nhau với hệ thống quản trị riêng biệt trong chuỗi giá trị bông ở Zambia. Hệ thống nhà phân phối áp dụng mô hình thông qua đại lý chính, theo đó, nhà chế biến kí kết hợp đồng với các thương lái, sau đó thương lái



Hình 5. So sánh lợi nhuận biên của các kênh phân phối với các hệ thống quản trị khác nhau trong chuỗi giá trị bông ở Zambia. Nguồn⁵

sẽ là người chịu trách nhiệm phân phối đầu vào, dịch vụ cũng như thu gom sản phẩm. Trong hệ thống kí hợp đồng với nông dân, các nhà chế biến có các nhóm đại diện ở vùng sản xuất và các nhân viên tư vấn khuyến nông để hỗ trợ các nông dân được ký hợp đồng. Với các tác nhân mua sản phẩm bên ngoài, là nhà chế biến không đầu tư cung cấp đầu vào dịch vụ cho nông dân mà trông đợi những người nông dân phá vỡ hợp đồng khi tham gia vào 2 hệ thống kia bằng cách đưa ra giá cao hơn một chút so với mức giá trong hợp đồng.

Phân tích cho thấy người nông dân sẽ có lợi hơn trong kênh thị trường với người mua bên ngoài bởi lợi nhuận thu được cao hơn một chút so với hai kênh còn lại. Tuy nhiên, một chiến lược như vậy khó mà bền vững về lâu dài bởi nó có thể đẩy các hệ thống quản trị khác ra khỏi thị trường và người nông dân sẽ đánh mất lợi thế được các tập đoàn hàng đầu cung cấp đầu vào và dịch vụ.

Phân tích cũng chỉ ra rằng trong khi các nhà chế biến mua ngoài có được lợi nhuận lớn nhất (vì họ không mất khoản chi phí đầu vào hay khuyến nông nào), thì mô hình nhà phân phối sẽ lãi hơn mô hình kí hợp đồng với nông dân. Nguyên nhân là do nhà chế biến trong mô hình kí hợp đồng với nông dân phải bỏ vốn của mình cho hậu cần cung cấp đầu vào và dịch vụ cũng như thu gom sản phẩm.

5. T. Purcell và cộng sự., *Quản lí chuỗi giá trị để xóa đói giảm nghèo ở Zambia*, Báo cáo được lập cho Ngân hàng thế giới, Lusaka, 2008.

Thực hiện một phân tích thu nhập của tác nhân chuỗi giá trị trước và sau khi chuyển đổi sang các kênh phân phối có các hệ thống quản trị khác nhau rõ ràng là một việc khó thực hiện. Tuy nhiên, phân tích theo dạng 'có' và 'không có' các kiểu quản trị cho các tác nhân khác nhau tại cùng một thời điểm thì sẽ khả thi hơn. Việc này cũng cho phép ta ước tính được tác động về mặt kinh tế của việc thực hiện nâng cấp chuỗi giá trị.

Bước 7 Ước tính tiền lương và thu nhập theo ngành sản phẩm

Các bước từ 1 đến 6 đã đưa ra các phân tích liên quan đến thu nhập ở cấp độ các tác nhân riêng lẻ trong các bước, các công đoạn khác nhau của chuỗi giá trị. Bước này sẽ hướng dẫn phân tích thu nhập ở cấp theo từng ngành sản phẩm bằng việc tổng hợp thông tin về lương và thu nhập. Phân tích này giúp ta có thể so sánh các tác động của các chuỗi giá trị khác nhau đối với toàn bộ nền kinh tế.

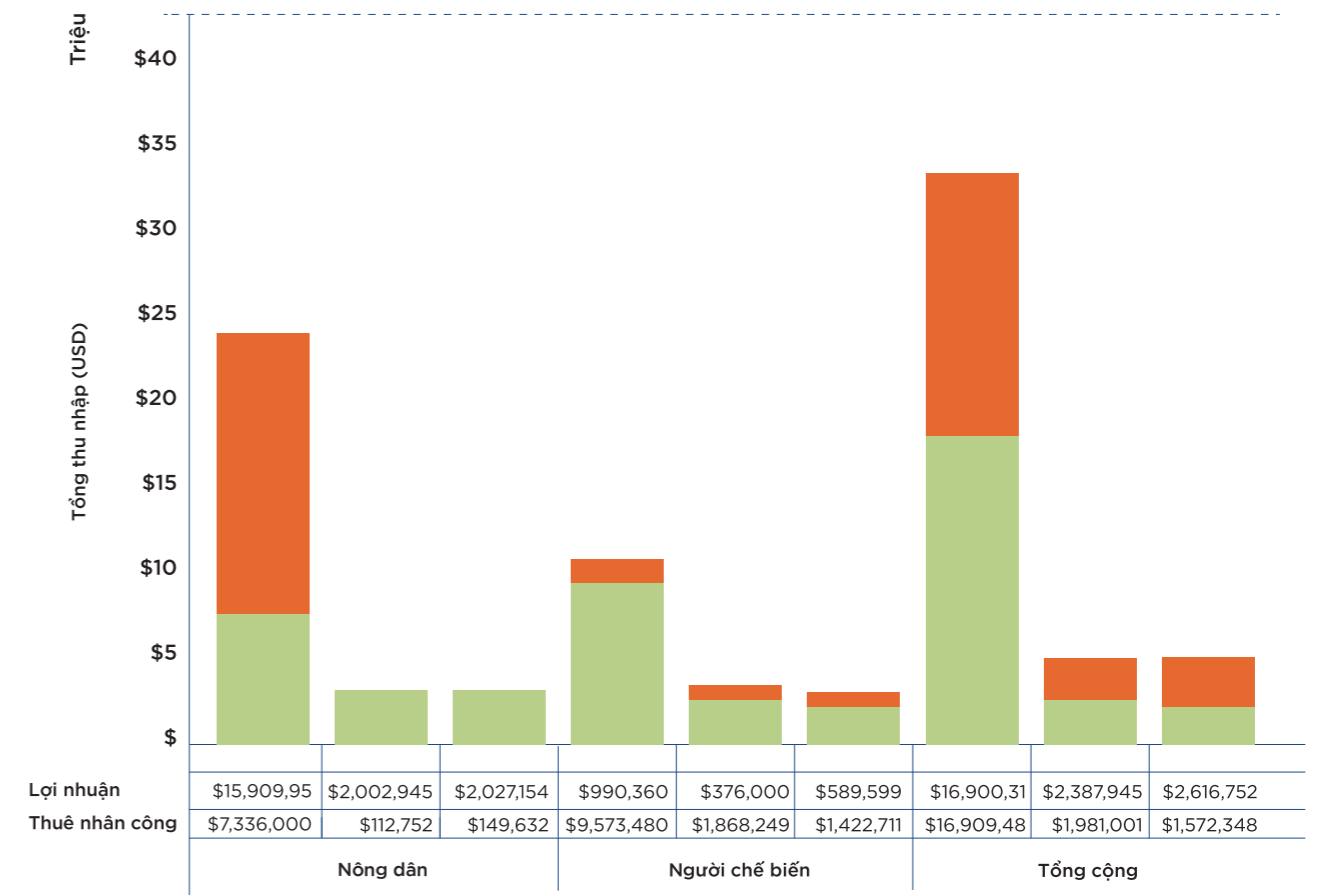
Trong một chuỗi giá trị đơn lẻ, việc quan trọng là cần phải phân tách thu nhập ở từng cấp, từng công đoạn cho lợi nhuận của các tác nhân trong chuỗi giá trị và tiền lương trả cho nhân viên hay người lao động được thuê. Tổng hợp 2 khoản đó ta có một thu nhập tổng hợp.

Ví dụ trong Bảng 4 xem xét về sự phân phối tiền lương và lợi nhuận ở các bước, các công đoạn khác nhau trong chuỗi giá trị bông ở Zambia. Nhìn vào lợi nhuận của chuỗi giá trị, ta thấy người nông dân thu được 15,9 triệu đô la Mỹ và nhà chế biến thu được 0,99 triệu đô la Mỹ. Khi xem xét đến vấn đề tiền lương, số liệu chỉ ra rằng chi tính riêng việc thuê lao động, ngành công nghiệp chế biến đã đóng góp 9,6 triệu đô la Mỹ, trong khi cấp nông trại đóng góp 7,3 triệu đô la Mỹ cho nền kinh tế Zambia.

Bảng 4. Phân phối thu nhập và lợi nhuận trong chuỗi giá trị bông ở Zambia				
Chi phí tiền công/lợi nhuận	Đô la Mỹ/tấn	Tấn/người	Số người	Tổng (Đô la Mỹ)
Nông dân				
Chi phí tiền công	\$40.00	0.655	280,000	7,336,000
Lợi nhuận	\$86.75	0.655	280,000	15,910,000
Nhà chế biến				
Chi phí tiền công	\$52.20	30,566	6	9,573,000
Lợi nhuận	\$5.40	30,566	6	990,000
Tổng tiền công				16,909,000
Tổng lợi nhuận				16,900,000

Nguồn⁵

Trong ví dụ ở Hình 6, phân tích về chuỗi giá trị bông ở Bảng 4 đã được mở rộng thêm thành phép so sánh 3 chuỗi giá trị khác nhau ở Zambia (bông, thuốc lá và đường).



Hình 6. Phân phối thu nhập và việc làm trong các chuỗi giá trị ở Zambia

Những Điều Cần Biết sau khi Hoàn Thành Phân Tích

Sau khi đã làm theo tất cả các bước trên, chúng ta đã có thể trả lời được các câu hỏi cốt lõi như sau:

- Thu nhập ở cùng cấp độ và giữa các cấp khác nhau thuộc chuỗi giá trị có sự khác biệt gì không?
- Các kênh phân phối và hệ thống quản trị khác nhau có ảnh hưởng gì đối với phân phối thu nhập giữa và trong các cấp độ khác nhau của chuỗi giá trị?
- Có những thay đổi gì trong thu nhập là kết quả của sự phát triển của một số chuỗi giá trị khác nhau?



Sản xuất rau cộng đồng ở vùng núi Nam Cotabato, miền
Nam Philippines, Mindanao.
Ảnh: ACIAR/Jeoffrey Maitem



Những người bán hàng rong kiếm thu nhập từ việc bán trái cây và rau quả ở Hà Nội, Việt Nam.
Ảnh: ©2015CIAT/GeorginaSmith

Giới Thiệu

Công cụ 6 đã hướng dẫn phân tích sự phân phối thu nhập giữa các tác nhân trong chuỗi giá trị và xác định các khu vực có thể cải thiện thu nhập cho người nghèo, phụ nữ và nhóm người yếu thế. Chương này sẽ cung cấp các bước phân tích số lượng và sự phân phối việc làm hiện có trong chuỗi giá trị theo các công đoạn, kênh phân phối và nhóm tác nhân khác nhau.

Chuỗi giá trị nông nghiệp và trang trại tạo ra việc làm và thu nhập đáng kể cho hàng triệu người, cho cả hai giới nam và nữ ở các nước đang phát triển. Tại các quốc gia này, đa phần nông dân vẫn chủ yếu làm việc tại nông trại do họ làm chủ. Tuy nhiên, ngày càng có nhiều người đi làm thuê cho các nông trại khác hay tham gia vào các hoạt động phi nông nghiệp. Việc làm phi nông nghiệp có thể là lâu dài ổn định, thời vụ hay không cố định, đòi hỏi có kỹ năng hoặc không.

Số lượng và loại việc làm hiện có trong các chuỗi giá trị khác nhau ảnh hưởng đến tiềm năng tác động tới xã hội và kinh tế của chúng. Cụ thể là, khả năng cung cấp việc làm cho người nghèo, phụ nữ hay người yếu thế là một vấn đề then chốt khi cân nhắc đến sự phát triển chuỗi giá trị bao trùm. Sự cân bằng giữa việc phát triển các quy trình chuỗi giá trị đòi hỏi nhiều lao động và đòi hỏi nhiều vốn cũng ảnh hưởng đến tiềm năng về việc làm và sự phân phối thu nhập giữa các tác nhân.

Chương này hướng tới giải quyết một vài câu hỏi chính liên quan tới việc làm trong chuỗi giá trị: Bao nhiêu người được tuyển dụng trực tiếp và gián tiếp? Ai là người được tuyển dụng? Họ ở đâu trong chuỗi giá trị? Có những loại việc làm và công việc gì? Nơi nào sử dụng lao động là phụ nữ và nam giới, người trẻ và người già hay các nhóm đối tượng khác? Có những rào cản và cơ hội việc làm nào đối với những nhóm đối tượng này, trong hoặc giữa các chuỗi giá trị hay kênh phân phối khác nhau? Áp dụng công nghệ hay nâng cấp chuỗi giá trị có ảnh hưởng gì đối với việc làm? Những yếu tố thời vụ hay thời gian nào ảnh hưởng đến việc làm?

Hộp 1: Định nghĩa hữu ích về việc làm

Việc làm là khi một người tham gia vào bất kì hoạt động nào để sản xuất sản phẩm hay cung cấp dịch vụ được trả công hoặc tạo ra lợi nhuận, bao gồm thù lao lao động dưới các hình thức **tiền công hoặc lương nhận được cho thời gian làm việc hoặc cho sự hoàn thành công việc hoặc lợi nhuận thu được từ sản xuất hàng hóa hay cung cấp dịch vụ để bán hoặc trao đổi**. Thù lao lao động có thể được trả bằng tiền mặt và phi tiền mặt.

Việc làm bao gồm công việc mà nam giới và nữ giới làm trên chính nông trại của họ cũng như tiền công lao động mà các nông trại nơi họ làm thuê trả cho họ, hay là từ các hoạt động kinh doanh nông nghiệp trong chuỗi giá trị. Ngoài ra, việc làm cũng có thể gồm công việc không liên tục, không được trả lương (ví dụ: lao động không công) khi nam giới và nữ giới san sẻ sức lao động trong các dự án địa phương như làm đường hay thu hoạch đổi công.

Nguồn: Lấy từ¹

1. E.M. Benes Benes và K. Walsh, *Đánh giá việc làm trong Khảo sát về lực lượng lao động: Những phát hiện từ các nghiên cứu thí điểm ILO LFS*, Tổ chức lao động thế giới, tháng 7, 2018, https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---stat/documents/publication/wcms_635732.pdf

Phụ nữ làm việc trong nhà máy chế biến tinh bột sắn ở Quảng Bình, Việt Nam.
Ảnh: ©2015CIAT/GeorginaSmith



Hình thức lao động và việc làm trong chuỗi giá trị nông nghiệp đang dần thay đổi. Tỷ lệ người làm việc trong khu vực nông nghiệp giảm xuống so với khu vực sản xuất và dịch vụ chứng tỏ nền kinh tế đang phát triển và chuyển mình. Di dân thành thị (định cư và tạm trú), sự già hóa của lực lượng lao động, cùng với tầm ảnh hưởng tăng dần của phụ nữ tác động đến nguồn cung, thành phần và chi phí của lao động cũng như việc làm nông nghiệp. Mặt khác, quy trình điều chỉnh cơ cấu, tăng quy mô sản xuất, cơ giới hóa và các công nghệ mới có thể làm giảm nhu cầu về lao động tại địa phương. Hiện tượng này có thể xảy đến với toàn bộ chuỗi giá trị hoặc ở phân khúc nhất định nào đó.

Tại nhiều khu vực nông thôn, việc sử dụng mô hình lao động thời vụ có sự khác biệt về giới rất cao bởi phụ nữ và đàn ông có các cơ hội việc làm về nông nghiệp và phi nông nghiệp khác nhau tại các thời điểm khác nhau trong năm. Nhu cầu về việc làm của nam giới và phụ nữ cũng như chuẩn mực giới trong xã hội khiến cho cơ hội việc làm của từng giới khác nhau.

Hơn nữa, có sự thiếu hụt lớn về lao động trẻ tuổi làm việc trong lĩnh vực nông nghiệp. Ngày càng có nhiều thanh niên nam nữ rời quê hương, thôn bản của mình. Các chiến lược canh tác hộ gia đình được cấu thành bởi nguồn lao động nam nữ hiện có, do đó, hiểu được các phương diện về giới tính của mô hình sử dụng lao động là một điều quan trọng.

Khi phân tích về lao động cần xét đến những câu hỏi then chốt sau dưới góc độ giới:

- Ai trong gia đình là người làm công việc nhận lương thời vụ nhiều hơn? Nam, nữ thanh niên chưa kết hôn, hay là đàn ông, phụ nữ đã kết hôn?
- Nam, nữ thanh niên có những cơ hội việc làm nào trong cộng đồng?
- Cơ hội việc làm trong chuỗi giá trị là gì?

Phân tích việc làm trong chuỗi giá trị nhằm:

1. Xác định loại, số lượng và sự phân phối việc làm của các nhóm tác nhân khác nhau trong các cấp độ khác nhau của quy trình;
2. Hiểu được ảnh hưởng của các kênh phân phối, hệ thống quản trị và công nghệ khác nhau đến phân phối việc làm; và
3. Hiểu được sự biến đổi việc làm theo thời gian trong các quy trình chuỗi giá trị và kênh phân phối khác nhau.

Mục Tiêu



Thu hoạch sản cung cấp việc làm gần Khorat, Thái Lan.
Ảnh: 2009CIAT/NeilPalmer

Các Bước Tiến Hành

Bước 1 Xác định các loại tác nhân

Tương tự như các chương khác, bước đầu tiên là phân các tác nhân vào các nhóm để phân tích. Các nhóm phải phản ánh được các nhóm nông dân, người thu gom, người bán buôn và bán lẻ khác nhau, bao gồm cả các tác nhân gián tiếp trong chuỗi giá trị.

Các hạng mục và chỉ số về thu nhập, tình trạng đói nghèo, giới tính, tuổi hoặc các nhóm dân tộc cần được đưa vào, nhằm hướng tới phát triển chuỗi bao trùm và vì người nghèo. Việc quan trọng là những nhóm tác nhân này (ví dụ: Hộ gia đình có thu nhập thấp, trung bình, cao) cần phải được xác định và định nghĩa rõ ràng và chọn mẫu để có những phân tích riêng cho từng nhóm một cách hiệu quả nhất.

Có thể lấy các ví dụ đã được trình bày trong Công cụ lập biểu đồ (Công cụ 2) làm điểm đầu vào. Quá trình phân loại việc làm cũng tương tự như quá trình phân loại trong các Công cụ khác (như Công cụ 6 - Phân tích thu nhập).

Bước 2 Xác định việc làm trong từng bước quy trình

Bước này đòi hỏi phải thu thập dữ liệu và thông tin về lượng nhân viên toàn thời gian, bán thời gian và người làm thuê được các công ty hay các tổ chức khác tuyển dụng ở từng công đoạn của chuỗi giá trị. Song song với đó, cần liệt kê cả công việc mà nam giới và nữ giới làm tại chính nông trại của họ. Thông tin này sau khi được tổng hợp có thể dùng để ước tính tổng việc làm ở từng công đoạn/ quy trình.

Nếu cần thêm thông tin chi tiết hơn nữa về việc làm, ta có thể thực hiện các cuộc khảo sát ý kiến và phỏng vấn tại thực địa với các tác nhân trong chuỗi giá trị ở từng công đoạn. Dưới đây là các kỹ năng dự đoán có thể áp dụng ở từng công đoạn khác nhau:

A. Người bán buôn: Khảo sát người bán buôn nhìn chung có thể khá nhanh. Lưu ý rằng lượng người bán buôn ngoài mùa vụ ít hơn rất nhiều so với trong mùa vụ chính.

B. Người bán lẻ: Dựa trên thông tin về tổng khối lượng hàng hóa giao dịch trong chuỗi giá trị và doanh thu bán lẻ hàng ngày có thể ước lượng được số lượng người bán lẻ. Bên cạnh đó còn có thể ước tính được số lượng người buôn bán và chủ quầy hàng trong chợ truyền thống và chợ nông sản ở một khu vực nhất định.



Chuẩn hóa thước đo việc làm

Do nhiều tác nhân trong chuỗi giá trị nông nghiệp chỉ tham gia theo thời vụ, nên ta cần tiêu chuẩn hóa các dữ liệu việc làm đã thu thập được. Từ đó ta có thể so sánh giữa các chuỗi giá trị khác nhau; ví dụ, đặt đại lượng FTE (toàn thời gian tương đương) là chỉ số chính cho số lượng việc làm được tạo ra bởi một chuỗi giá trị nhất định. Ta chỉ cần đơn giản định nghĩa hoặc thống nhất bao nhiêu ngày lao động một năm được coi là một 1 FTE, ví dụ 240 ngày. Nếu ai đó chỉ làm có 120 ngày công, thì sẽ được coi là ½ FTE. Ngoài ra, cần lưu ý tới việc làm trực tiếp và gián tiếp trong quản trị và dịch vụ hỗ trợ. Một ví dụ nữa là, nông dân có thể thuê lao động chăm sóc cho những cây trồng giá trị thấp trong khi bản thân họ tập trung công sức vào những cây trồng giá trị cao hơn.

Ví dụ về cách tính số lượng người bán lẻ

Nếu có thời gian, ta có thể đếm hết tất cả các người bán lẻ trong một khu vực cụ thể (như người bán lẻ ở chợ), và từ đó mở rộng ước tính tổng số lượng người bán lẻ ra khu vực lớn hơn. Ví dụ, thống kê tổng số chợ trong thành phố (ví dụ: 130), sau đó chọn ngẫu nhiên một số chợ khác nhau (ví dụ: 15), đến tham quan và đếm số lượng người bán lẻ trong những chợ này hoặc hỏi quản lý chợ (nếu họ có mặt ở đó) rằng họ đã cho thuê bao nhiêu gian hàng. Tính trung bình lượng người bán lẻ mỗi chợ và nhân với 130 để có được một ước tính sơ bộ.

Ngoài ra, ta có thể dùng phương pháp tìm kiếm hệ thống bằng các ứng dụng bản đồ như Google Maps để ước tính số lượng cửa hàng bán lẻ hiện đại như siêu thị, siêu thị mini, cửa hàng đặc sản đã được đánh dấu ở một khu vực cụ thể.

C. Người vận chuyển: Ước tính tổng khối lượng bán hàng và khối lượng tiêu chuẩn trên một đơn vị vận chuyển (ví dụ: xe tải, xe máy, xe đẩy, thuyền). Sau đó ước tính số người cần cho mỗi đơn vị vận chuyển, thời gian vận chuyển và số nhân viên toàn thời gian tương đương (FTEs) cần cho khối lượng hàng này.

D. Nhà chế biến: Dựa trên các nguồn tin chính thống (ví dụ: giấy phép đăng ký kinh doanh) để xác định số lượng các nhà chế biến trong khu vực; đối với các nhà chế biến phi chính thức có thể xác định qua các buổi phỏng vấn người cung cấp thông tin chính.

E. Người thu gom: Thực hiện các cuộc phỏng vấn với trường thôn hoặc chủ tịch xã. Ước tính số lượng người thu gom cộng tác với mỗi thương lái hoặc người bán buôn. Ước tính tổng số lượng bán hàng và khối lượng tiêu chuẩn của mỗi đơn vị vận tải, sau đó tính số người cần cho mỗi đơn vị vận chuyển, thời gian vận chuyển và số nhân viên toàn thời gian tương đương (FTEs) để hoàn thành đầu việc này.

F. Người nông dân: Có thể ước tính số lượng người nông dân dựa trên các dự báo địa phương hay các báo cáo thống kê về sản lượng, diện tích, năng suất bình quân cũng như dữ liệu điều tra dân số nông nghiệp và thống kê địa phương do các ban ngành cấp huyện thu thập. Cần thu thập thông tin về doanh số của các vật tư chính được nhà cung cấp bán ra tại các điểm quan trọng (ví dụ: hạt giống). Lưu ý cần phải phân biệt rõ ràng giữa các nông hộ quy mô nhỏ và hộ nông dân sản xuất theo hướng thương mại hóa sản phẩm.

G. Lao động làm thuê ở cấp nông trại: Dựa trên các khảo sát cấp hộ gia đình hay phỏng vấn nhóm để ước tính số lượng người lao động làm thuê theo các loại cây trồng khác nhau, từ đó có thể ước lượng trên phạm vi rộng hơn.

H. Nhà cung cấp đầu vào: Ước tính số lượng các cửa hàng bán lẻ và ki-ốt nhỏ bán hạt giống, phân bón, hóa chất và thiết bị nông nghiệp, vườn ươm và người bán cây giống. Ước tính về lượng cầu trên thị trường và khối lượng vật tư đầu vào trung bình mà bên cung cấp bán ra. Ước tính số lượng việc làm bình quân mà một nhà cung cấp đầu cần thuê vào và tổng số FTE mà nó tạo ra.

I. Nhà cung cấp dịch vụ: Ước tính số lượng người cung cấp các dịch vụ đa dạng như khuyến nông, tài chính, tiếp thị, và vận chuyển trong một thôn bản hoặc một khu vực nhất định. Ước tính số lượng dịch vụ cấp cho một chuỗi giá trị cụ thể.

Hộp 2 đưa ra một ví dụ về những loại thông tin việc làm nào có thể thu thập được ở các công đoạn khác nhau của chuỗi giá trị và dựa trên những dữ liệu này ta có thể làm những phân tích ban đầu nào.

Hộp 2: Ví dụ về việc làm tại các công đoạn khác nhau thuộc chuỗi giá trị

Trong khuôn khổ chương trình phát triển Chuỗi Giá Trị GTZ (Tổ chức hợp tác kỹ thuật Đức) ở Việt Nam, một phân tích về chuỗi giá trị bơ tại tỉnh Đắk Lắk đã được tiến hành. Tại thời điểm đó, cây bơ đa phần được trồng như cây che bóng hoặc cây chắn gió quanh vườn cà phê và không được các nhà hoạch định chính sách coi là ưu tiên hàng đầu.

Trung bình, mỗi người nông dân bình quân sở hữu 5 cây bơ, từ đó có thể thấy bơ không phải là một mặt hàng quan trọng tại Đắk Lắk. Dữ liệu thu thập được từ nghiên cứu đánh giá chuẩn đoán nhanh và cuộc khảo sát ngắn với 98 người buôn bơ chính ở Đắk Lắk đã giúp tính toán số lượng người tham gia vào ngành hàng này. Ví dụ này chỉ đưa ra các ước tính về ngành bơ tại Đắk Lắk và hoàn toàn không liên quan đến việc làm của người bán buôn và bán lẻ tại thành phố Hà Nội, Hồ Chí Minh hay tất cả các thành phố khác mà bơ được vận chuyển đến.

Dựa trên tổng điều tra, trong mùa vụ chính, ước tính có khoảng 337 tấn bơ được xuất từ Đắk Lắk đến các tỉnh thành khác của Việt Nam. Số liệu này được rút ra từ các cuộc phỏng vấn rất ngắn (tối đa 20 phút mỗi người bán buôn) với hầu hết các nhà buôn bơ ở tỉnh Đắk Lắk. Khối lượng xuất ra 337 tấn mỗi ngày này chỉ kéo dài trong 4 tháng của mùa vụ chính. Trong 8 tháng, người ta vẫn buôn bán bơ nhưng số lượng không đáng kể. Do phân tích việc làm chỉ tập trung vào mùa vụ chính, nên dữ liệu trình bày dưới đây không phản ánh đầy đủ tổng số lượng việc làm được tạo ra bởi ngành hàng này.

Quy mô phân khúc bơ ở Đắk Lắk

Lượng bơ các nhà buôn Đắk Lắk xuất bán	337 tấn/ngày	40,410 tấn/mùa
Số lượng cây thu hoạch	3,368 cây/ngày	404,100 cây/mùa
Số lượng người nông dân tham gia	674 người/ngày	80,820 người/mùa
Số lượng người thu gom tham gia	1,648 người/ngày	
Diện tích thu hoạch	22 ha/ ngày	2,649 ha/mùa
Khối lượng vận tải	42 chuyến/ngày	5,051 chuyến/mùa

Hộp 2: Ví dụ về việc làm tại các công đoạn khác nhau thuộc chuỗi giá trị (tiếp)

Ngoài 100 người bán buôn bơ ra thực tế còn có khoảng 1648 người thu gom. Những đối tượng này đóng vai trò quan trọng nhất trong chuỗi giá trị bơ bởi họ chính là người thu hoạch và thu gom bơ. Mỗi chuyến đến thăm người nông dân trồng bơ, họ sẽ thu hoạch một hoặc hai cây bơ. Nhìn chung, với diện tích thu hoạch ước tính khoảng hơn 2,600 héc ta thì có khoảng hơn 80,000 nông dân tham gia vào chuỗi giá trị này.

Giả định cho các phép tính này:

Sản lượng thu hoạch bình quân mỗi cây	100 kg/cây
Số lượng cây bình quân mỗi người nông dân sở hữu	5 cây/người
Doanh thu trên một người thu gom	200 kg/ngày
Số lượng cây trên một héc ta	150 cây/héc ta
Khối lượng vận tải bình quân	8 tấn/xe tải

Dữ liệu này không bao gồm việc làm của các nhà kinh doanh dịch vụ như người sản xuất giỏ tre. Tất cả bơ đều được vận chuyển trong các giỏ tre lớn, mỗi giỏ chứa khoảng 100kg bơ. Tức là mỗi ngày sẽ phải cần đến khoảng 3,368 giỏ tre. Tuy nhiên, bởi giỏ tre có thể tái chế và không có dữ liệu thu thập về yếu tố này nên không thể đưa ra ước tính về lượng việc làm tạo ra người sản xuất giỏ tre, mặc dù con số này có thể rất cao.

Nguồn²

Tác giả Waldron cùng các cộng sự³ đã tính toán về phân phối việc làm trên toàn chuỗi giá trị bò thịt ở Đông In-đô-nê-si-a như một phần của nghiên cứu về xác định các giải pháp giúp tăng thu nhập cho người nghèo. Các nguồn tin chính thống thì không lưu trữ số liệu thống kê về việc làm, nên để ước tính được những người tham gia vào các lĩnh vực sản xuất, buôn bán, giết mổ và bán lẻ, nhóm nghiên cứu đã dùng đến một loạt các phương pháp và giả định được liệt kê trong Bảng 1. Những ước tính này chỉ ra rằng hơn 1,6 triệu người được tuyển dụng trực tiếp trong chuỗi giá trị bò thịt. Trong đó, hơn 1,5 triệu người là hộ nông chăn nuôi bò, 15,000 người là thương lái, khoảng 19,000 người làm trong lĩnh vực giết mổ và 7,000 người bán thịt bò tại chợ. Kết quả cho thấy ngành này tạo việc làm cho hàng triệu người trong đó đa phần là những người kinh doanh nhỏ làm việc trong môi trường đòi hỏi nhiều nhân công và phân tán tại khu vực nông thôn và ven đô thị.

2. S.v. Wijk, *Phân tích về chuỗi giá trị bơ ở Đắc Lắc, Đà Lạt, Việt Nam*, FreshStudio thực hiện Dự án hỗ trợ doanh nghiệp vừa và nhỏ GTZ, 2006.

3.S. Waldron và cộng sự., *Cơ hội phát triển kinh doanh nông nghiệp Đông Indonesia - phân tích chuỗi giá trị thịt bò*, Báo cáo được viết bởi Tập đoàn tư vấn Collins Higgins dành cho Trung tâm nghiên cứu nông nghiệp quốc tế Úc (ACIAR), Dự án AGB-2012-005, 2013, <https://ei-ado.aciar.gov.au/value-chain-studies/beef-value-chain.html>

Bảng 1. Ước tính về việc làm trong chuỗi giá trị thịt bò và gia súc ở miền Đông In-đô-nê-si-a, 2011

	3 tỉnh	Đông Java	NTB	NTT	Các giả định
Người chăn nuôi bò					
Bò	6,191,741	4,727,298	685,810	778,633	
Người chăn nuôi bò	1,547,935	1,181,825	171,453	194,658	Mỗi hộ gia đình có 4 đầu gia súc
Buôn bán bò					
Giết mổ có giấy phép	624,752	528,050	54,476	42,226	NTT (tỉnh Nusa Tenggara Timur) 2010
Giết mổ không có giấy phép	154,080	132,013	13,619	8,448	Thống kê về giết mổ chui ở NTT ghi nhận năm 2010. Các nơi khác, tỉ lệ giết mổ không có giấy phép và có giấy phép là 1:4
Xuất khẩu bò 2011	227,778	148,593	19,515	59,670	
Tổng	1,006,610	808,656	87,610	110,344	
Thương lái					
Rút ra từ tổng lượng buôn bán bò (giết mổ và xuất khẩu) chia cho bình quân xuất lượng trên mỗi đối tượng					
Thương lái làng	8,388	6,739	730	920	10 con/tháng
Thương lái phường	4,194	3,369	365	460	20 con/tháng
Thương lái huyện	2,467	1,982.00	214.73	270	34 con/tháng
Thương lái giữa các đảo	19			19	Số liệu thực
Thương lái giữa các vùng	17	10	3	4	Số liệu thực
Tổng	15,086	12,100	1,313	1,673	Tổng hợp ở trên

Người giết mổ					Rút ra từ tổng lượng giết mổ (có giấy phép và không có giấy phép) chia cho năng suất bình quân trên mỗi đối tượng
Người bán thịt	3,245	2,750	284	211	Bình quân 20 con/tháng hoặc 240 con/năm
Đội ngũ bán thịt/Công nhân	12,981	11,001	1,135	845	Bình quân 4 nhóm/người bán thịt
Thương lái bán phụ phẩm	3,245	2,750	284	211	Bình quân 1 người/1 người bán thịt
Tổng	19,471	16,502	1,702	1,267	Tổng hợp ở trên
Bán lẻ thịt bò					
Sản lượng thịt bò	124,500	109,487	10,418	4,595	
Người bán nhỏ tại chợ	6,822	5,999	571	252	Sản lượng thịt bò theo khối lượng bán hàng ở các gian hàng (50kg/ngày, 365 ngày/năm). Giả định rằng tất cả thịt bò được bán ở chợ thực phẩm tươi sống
Tổng các đối tượng trong chuỗi giá trị giả định					
	1,589,314	1,216,425	175,038	197,850	
Khác					
Thị trường gia súc		110	9	2	Thống kê từ các nguồn chính thống, nhưng nhiều nguồn đã không còn hoạt động
Cơ sở giết mổ	693	158		54	Chỉ ghi nhận những cơ sở có giấy phép
Xe tải	1,095	316	34	39	7 đầu gia súc/ xe tải/ngày, 365 ngày/năm, áp dụng cho tất cả loại buôn bán gia súc
Người làm việc trên xe tải	3,286	949	103	118	3 người/xe tải và xếp hàng/dỡ hàng

Nguồn⁴

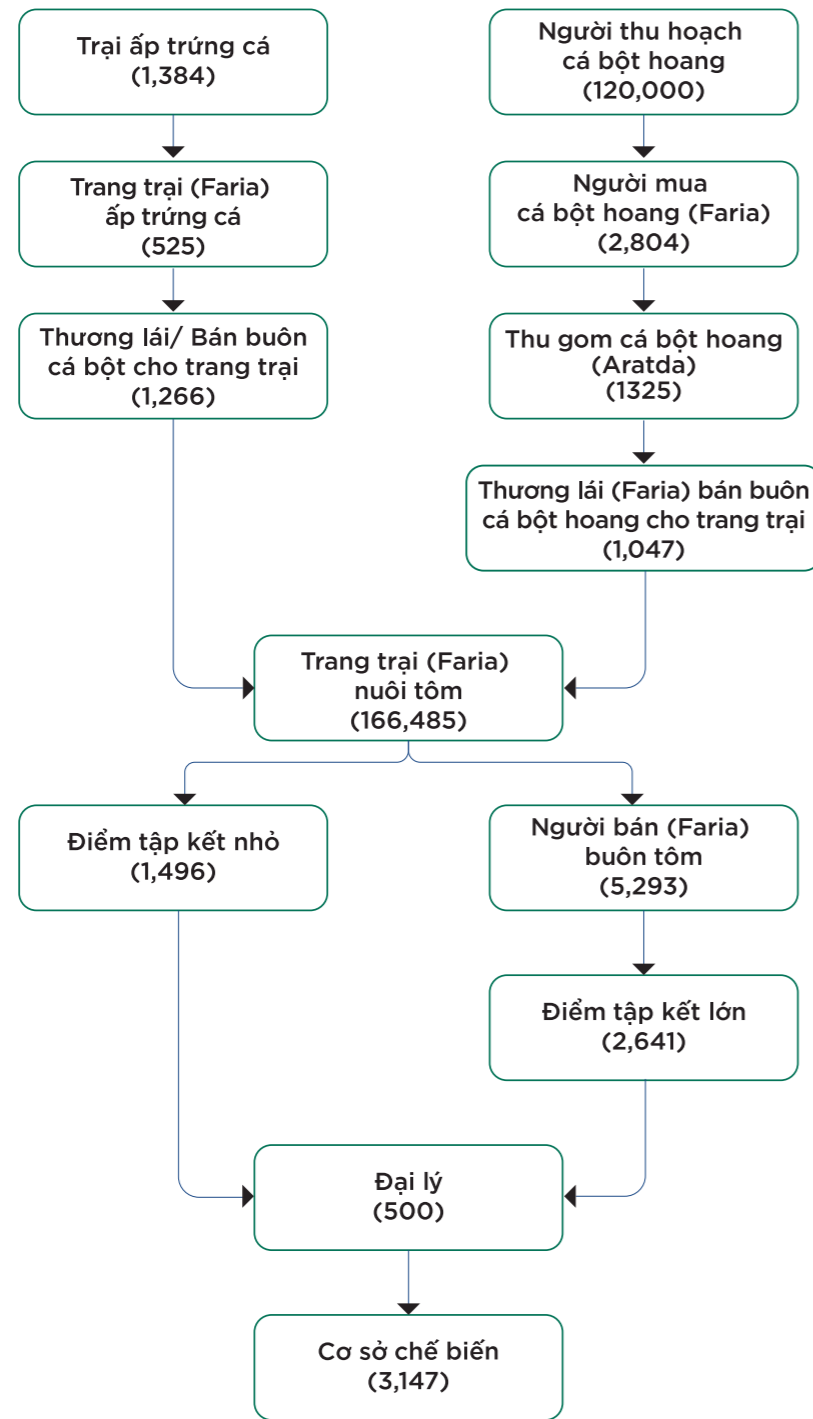
4. Waldron, S. và cộng sự., *Cơ hội phát triển kinh doanh nông nghiệp Đông In-đô-nê-si-a - phân tích chuỗi giá trị thịt bò*, Báo cáo được viết bởi Tập đoàn tư vấn Collins Higgins dành cho Trung tâm nghiên cứu nông nghiệp quốc tế Úc (ACIAR), Dự án AGB-2012-005, 2013, <https://ei-ado.aciar.gov.au/value-chain-studies/beef-value-chain.html>

Bước 3 Xác định ảnh hưởng của kênh phân phối, quản trị và công nghệ

Bước tiếp theo là phân tích việc làm theo các kênh phân phối, hệ thống quản trị hoặc ứng dụng công nghệ khác nhau. Hình 1 là một ví dụ về sự phân phối việc làm giữa các kênh phân phối. Trong ngành công nghiệp tôm ở Bangladesh, đầu vào cá bột cung cấp cho trang trại tôm theo 2 kênh phân phối riêng biệt (trại nuôi giống và người thu gom cá bột), đồng thời cũng có 2 kênh thị trường giữa trang trại nuôi tôm và nhà máy chế biến tôm. Dựa vào số liệu chi số FTE ở từng công đoạn, có thể dễ dàng suy ra số lượng việc làm được tạo ra ở từng kênh phân phối.



Các nhà máy chế biến nông sản như nhà máy sấy cà phê ở Pleiku, tỉnh Gai Lai, cung cấp việc làm cho nhiều lao động ở miền Trung, Việt Nam.
Ảnh: FocusGroupGo/Rodd Dyer



Hình 1. Ví dụ về phân phối việc làm ở các kênh thị trường khác nhau trong chuỗi giá trị

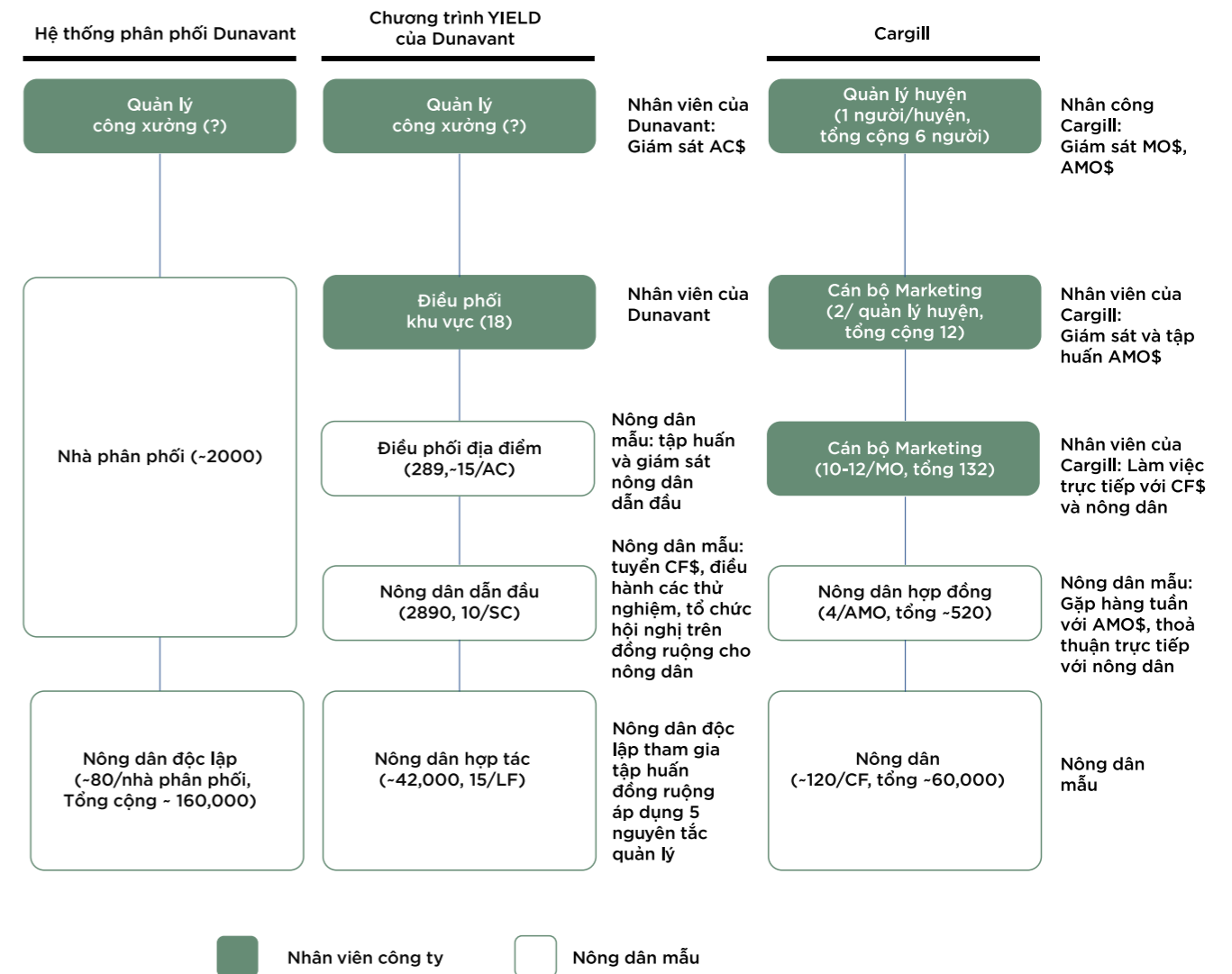
Lưu ý:

- Số liệu ở trong dấu ngoặc là số lượng việc làm FTE
- Faria, Aratdar, và các đại lý là những người trung gian cụ thể tham gia vào chuỗi giá trị tôm ở Bangladesh

Nguồn: BCAS (2001)⁵

Trong một vài trường hợp, cùng một đối tượng có thể tham gia vào các kênh thị trường khác nhau thuộc trong một chuỗi giá trị nhưng với cơ cấu quản trị khác biệt (ví dụ: liên kết không chính thức với liên kết theo hợp đồng).

Hình 2 cho thấy mức độ việc làm cho từng kênh thị trường của cả ba kênh trong chuỗi giá trị bông Zambia, mỗi bên có cấu trúc quản trị riêng và mức độ việc làm ở mỗi cấp quy trình cho từng cơ cấu quản trị.



Hình 2. Ví dụ về việc làm theo các cơ cấu quản trị khác nhau trong chuỗi giá trị bông ở Zambia

5. BCAS, Chi phí và lợi nhuận của ngành nuôi tôm Bagda tại Bangladesh: Một đánh giá về kinh tế, tài chính và sinh kế, Dhaka, Bangladesh, Trung Tâm Nghiên Cứu Năng Cao tại Bangladesh, DFID, World Bank, 2001.



Phụ nữ và hoạt động kinh tế không chính thức

Tại nhiều thành phố ở các quốc gia có thu nhập thấp và trung bình thấp, người nghèo lệ thuộc rất nhiều vào hoạt động kinh tế phi chính thức để đảm bảo sinh kế. Ở cấp độ toàn cầu, phụ nữ chiếm một phần đáng kể về việc làm trong khu vực kinh tế không chính thức^{6,7,8}. Ví dụ tại Hà Nội, nhiều người phụ nữ nghèo tham gia vào hệ thống thực phẩm phi chính thức, với vai trò như những người bán lẻ và bán hàng rong⁹. Phân tích nguyên nhân tại sao phụ nữ lại tham gia vào khu vực kinh tế phi chính thức và cách họ thu lợi là vô cùng quan trọng. Hiểu được các điều kiện thuận lợi cho người nghèo và phụ nữ sẽ mở ra cơ hội kinh tế mới dành cho họ.

Những câu hỏi hướng dẫn dưới đây đưa ra một số ý tưởng cho phân tích:

- Đang có những lợi thế nào khiến phụ nữ tham gia vào thị trường phi chính thức (ví dụ: bán hàng rong) thay vì thị trường chính thức (ví dụ: siêu thị)?
- Những nguồn lực, thông tin, và tri thức nào là quan trọng đối với thương nhân nữ trong thị trường phi chính thức?

Một điều cũng đáng lưu ý đó là ở các quốc gia như Trung Quốc và Việt Nam, các ngành xây dựng và sản xuất quy mô lớn cũng tạo ra rất nhiều việc làm phi nông nghiệp cho nữ giới (và nam giới) trong khu vực việc làm chính thức. Do đó, ta hoàn toàn có thể đặt ra câu hỏi về những lợi thế, rào cản hay rủi ro nào tồn tại liên quan đến những cơ hội việc làm này.

Việc ứng dụng công nghệ, đặc biệt là công nghệ ít sử dụng sức lao động có ảnh hưởng đến số lượng, loại việc làm và đòi hỏi về kỹ năng trong công việc ở từng công đoạn khác nhau trong chuỗi giá trị. Ngày nay, các kênh phân phối công nghiệp chế biến hay cơ giới hóa cao thường đòi hỏi nhiều vốn hơn, trong khi các kênh phân phối “truyền thống” và kênh phân phối dựa trên các hộ kinh doanh nhỏ lại đòi hỏi nhiều sức lao động hơn. Tuy nhiên, ngay cả các kênh thị trường và chuỗi giá trị phức tạp đang đòi hỏi vốn đầu tư cao, và các quy trình công nghệ chế biến hạ nguồn (ví dụ: tinh bột sắn, cà phê và cacao) cũng có thể cung cấp việc làm cho hàng nghìn nông dân và thương nhân để phục vụ cung ứng và sản xuất nguyên liệu.

6. S. Chant và C. Pedwell, Carolyn, *Phụ nữ, giới tính và nền kinh tế phi chính thức: một đánh giá về nghiên cứu của ILO và để xuất phương pháp xúc tiến*, Văn phòng lao động quốc tế, Geneva, 2008.

7. J. Charmes, ‘Nền kinh tế phi chính thức toàn cầu: Xu hướng và đặc tính’, *Tạp chí nghiên cứu kinh tế ứng dụng*, kỳ 6, số. 2, 2012, trang. 103-132. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/097380101200600202>

8. V. Moghadam, ‘Giới tính và toàn cầu hóa: Lao động nữ và công tác vận động phụ nữ’, *Tạp chí nghiên cứu hệ thống thế giới*, kỳ 5, số. 2, 1999, trang. 366-389. <http://jwsr.pitt.edu/ojs/jwsr/article/view/139>

9. J. Agergaard và V.T. Thao, ‘Di động, linh hoạt và thích ứng: Sự dịch chuyển của nữ giới trong lĩnh vực không chính thức ở Hà Nội’, *Dân số, không gian và địa điểm*, kỳ 17, số 5, 2011, trang. 407-420.

Xác định mức độ việc làm được tạo ra trong các kênh thị trường có cơ cấu công nghệ khác nhau góp phần quan trọng để có được hiểu biết toàn diện hơn về cơ cấu việc làm dựa vào vốn và công nghệ trong chuỗi giá trị.

Trong nhiều trường hợp, sự phát triển của các kênh thị trường công nghệ cao trong chuỗi giá trị dự kiến sẽ dẫn đến sự suy giảm số lượng việc làm. Nguyên nhân là do hình thức sử dụng công nghệ sử dụng vốn nhiều hơn công nghệ sử dụng lao động. Bảng 2 thể hiện việc làm được tạo ra từ việc bán 1 tấn rau sạch qua nhiều kênh bán lẻ, với cơ cấu công nghệ khác nhau. Kết quả này chỉ ra rằng số việc làm công đoạn này giảm dần theo sự hiện đại hóa của hoạt động kinh doanh.

Bảng 2. Việc làm tạo ra từ hoạt động bán rau

Kênh phân phối	Việc làm được tạo ra từ việc bán 1 tấn rau sạch mỗi ngày
Bán hàng rong	13 người bán hàng rong
Các chợ truyền thống	10 người bán lẻ
Các cửa hàng nhỏ	8 cửa hàng đại lí
Các siêu thị quy mô trung bình	5 nhân viên
Các siêu thị lớn	4 nhân viên

Lấy từ¹⁰

Bước 4 Xác định việc làm cho các nhóm tác nhân

Bước tiếp theo chính là thực hiện phân tách các phân tích việc làm cho các nhóm tác nhân đã xác lập trong bước 1. Việc phân tách các phân tích này có thể áp dụng cho các công đoạn khác nhau trong chuỗi giá trị và giữa các kênh phân phối, hệ thống quản trị và công nghệ.

10. P. Moustier cùng các cộng sự., (eds.), *Siêu thị và người nghèo ở Việt Nam*, Trung tâm nghiên cứu nông nghiệp Pháp vì sự phát triển quốc tế (CIRAD) và Ngân Hàng Phát Triển Á Châu (ADB), Hà Nội, 2006.

Nếu phân tích có hai danh mục quan trọng (ví dụ: nhóm giới tính và nhóm thu nhập) thì ta có thể dùng một ma trận để diễn giải thông tin về số lượng tác nhân theo danh mục ở từng cấp thuộc chuỗi giá trị (xem ví dụ ở Bảng 3).

Bảng 3. Ví dụ về ma trận miêu tả số lượng tác nhân được chia thành các nhóm khác nhau ở từng công đoạn của chuỗi giá trị

		Nông dân		Người thu gom		Thương lái		Người bán buôn		Người bán lẻ	
		Nữ giới	Nam giới	Nữ giới	Nam giới	Nữ giới	Nam giới	Nữ giới	Nam giới	Nữ giới	Nam giới
Số người	Nghèo										
	Trung bình										
	Khá giả										
Số người	Phổ thông										
	Chuyên môn thấp										
	Chuyên môn cao										

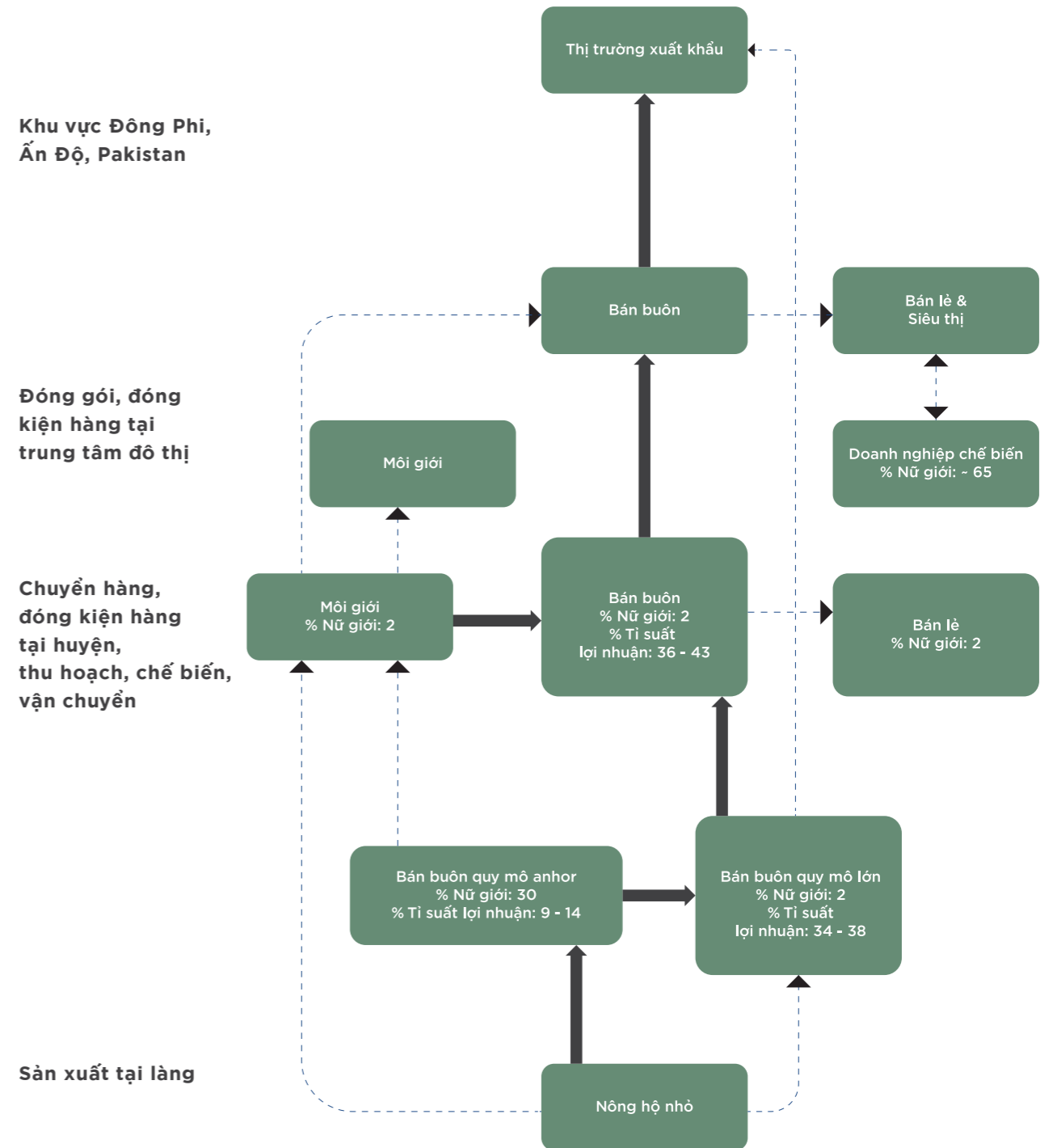
Bước 4 Xác định việc làm cho các nhóm tác nhân

(Tiếp)

Nếu phân tích chỉ đặt trọng tâm vào một hạng mục đơn lẻ như giới tính, thì việc hợp nhất thông tin vào bản đồ chuỗi giá trị sẽ trở nên dễ dàng hơn. Hình 3 nêu ra một ví dụ về việc hợp nhất thông tin việc làm của phụ nữ ở các công đoạn khác nhau thuộc các kênh phân phối khác nhau trong một chuỗi giá trị gia vị ở Tanzania¹¹. Bằng cách kết hợp thông tin về tỉ lệ tuyển dụng nữ giới ở các công đoạn khác nhau với lợi nhuận biên, hình vẽ phản ánh phụ nữ tập trung ở các nút chuỗi giá trị nhất định, gắn liền với tỷ suất lợi nhuận thấp.

Nếu trong tương lai có một dự án hướng tới trao quyền kinh tế cho nữ giới, thì bản đồ chuỗi giá trị này sẽ rất hữu ích trong việc xác định nơi tập trung nhiều phụ nữ cũng như cơ hội và thách thức dành cho họ. Đây là bước đầu tiên giúp đưa ra các giải pháp can thiệp nhằm đem lại kết quả công bằng và toàn diện hơn.

11. R. Bullock, 'Kỷ kết hợp đồng và bình đẳng giới ở Tanzania: sử dụng cách tiếp cận chuỗi giá trị để hiểu về vai trò của giới trong quá trình xin giấy phép hương liệu hữu cơ', *Hệ thống tái tạo nông nghiệp và thực phẩm*, tập 33, số. 1, 2018, trang. 60-72.



Hình 3. Tỷ lệ việc làm của phụ nữ ở các công đoạn khác nhau trong các kênh phân phối khác nhau thuộc chuỗi giá trị gia vị ở Tanzania

Bước 5 Xác định sự biến đổi việc làm theo thời gian

Bước này phân tích sự biến đổi việc làm bao gồm cả việc làm cố định và bán thời gian. Đối với các chuỗi giá trị nông nghiệp nơi mà các nguồn cung và cầu lao động, cũng như việc làm có tính thời vụ và biến đổi lớn giữa các năm thì bước phân tích này có ý nghĩa đặc biệt quan trọng.

Khi cân nhắc đến các can thiệp hay là lựa chọn chuỗi giá trị, hiểu được khi nào trong năm có thể thiếu hụt nguồn lao động là một vấn đề thiết yếu. Ví dụ, tình trạng thiếu hụt lao động chủ yếu xảy ra tại thời điểm có các hoạt động cần nhiều lao động, như gieo trồng hay thu hoạch các loại cây trồng khác nhau trùng một thời điểm trong cùng một mùa vụ. Giai đoạn di cư thời vụ của các lao động nông thôn đến làm công ở thành phố cũng có thể gây thiếu hụt nguồn cung. Tại nhiều khu vực, nguồn lao động sẵn có cho việc làm ở nông thôn đang có xu hướng giảm dần.

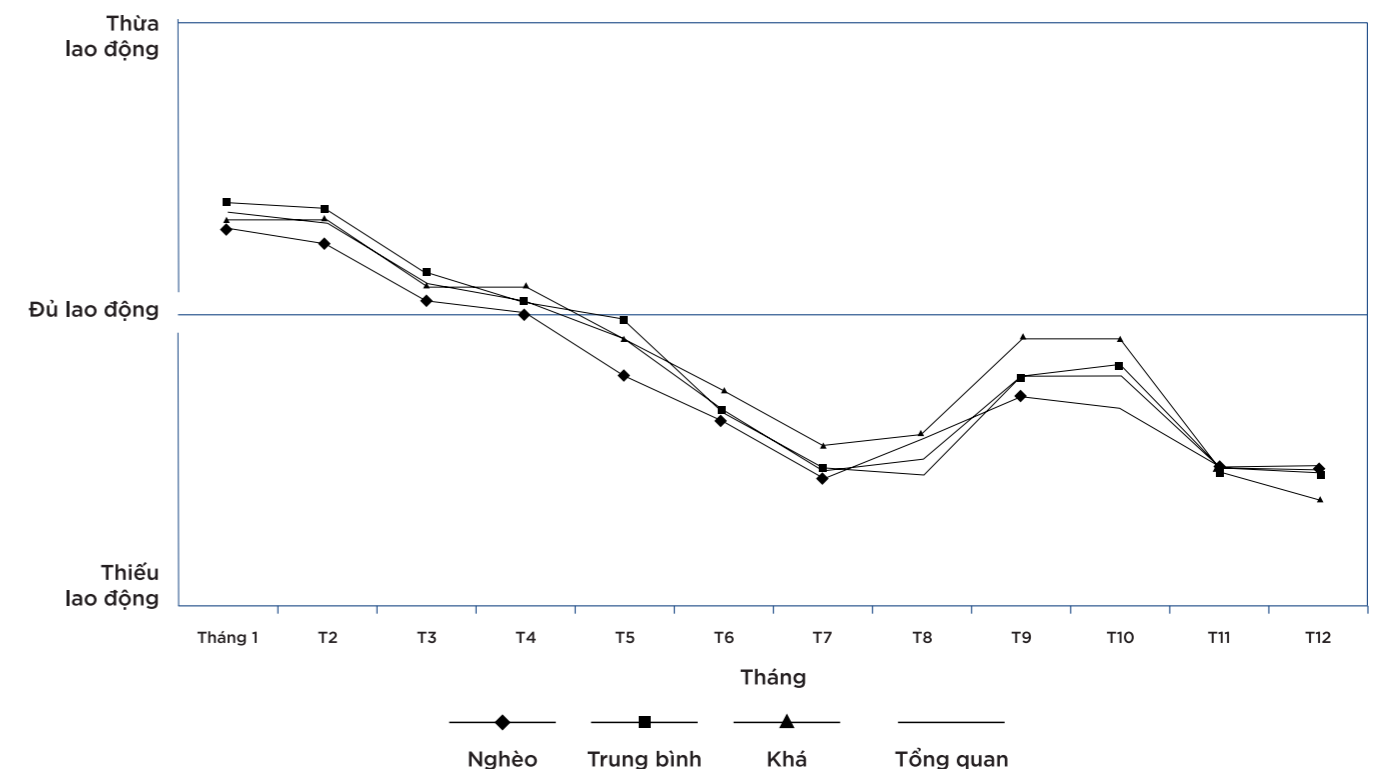
Cách tiếp cận đơn giản nhất để ước tính việc làm là khảo sát các tác nhân về số lượng người làm việc toàn thời gian và bán thời gian được tuyển theo tháng trong cả năm. Hộp 3 dưới đây là một ví dụ về loại câu hỏi khảo sát. Một điều quan trọng khác là cần phải hiểu được loại hoạt động tại nông trại, hoặc doanh nghiệp mà lao động được tuyển vào cũng như số lượng hoặc tỷ lệ nam nữ được tuyển dụng.

Hộp 3: Ví dụ về câu hỏi khảo sát để tính cấp độ việc làm												
Có bao nhiêu người được các tác nhân chính trong chuỗi giá trị tuyển làm việc toàn thời gian và bán thời gian? Số lượng nhân viên toàn thời gian và bán thời gian được tuyển mỗi tháng.												
	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12
Lao động toàn thời gian	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Lao động bán thời gian	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Ta cũng có thể dễ dàng khảo sát các đối tượng về các trở ngại khi thuê lao động thời vụ như thừa, đủ, hay thiếu lao động mỗi tháng trong năm. Hộp 4 dưới đây trình bày ví dụ về một loại câu hỏi khảo sát. Các giai đoạn thiếu lao động có thể đem lại cơ hội tạo việc làm, hoặc có thể là một trở ngại lớn cho chuỗi giá trị.

Dựa trên tình trạng về thu nhập, giới tính, dân tộc và mức nghèo, ta có thể dùng phương pháp phân tích riêng biệt để so sánh và trình bày những trở ngại về lao động và việc làm theo mùa cho các nhóm tác nhân khác nhau dưới dạng biểu đồ. Ví dụ, Hộp 4 đưa ra các câu hỏi về trở ngại lao động theo mùa - ta có thể phân tích và trình bày chúng theo các hạng mục thu nhập khác nhau (Hình 4).

Hộp 4: Ví dụ cho câu hỏi khảo sát về cách tính toán sự các cản trở về lao động												
Cản trở về lao động thời vụ đối với các tác nhân chính trong chuỗi giá trị là gì? Yêu cầu các đối tượng đánh dấu <input checked="" type="checkbox"/> hoặc <input type="checkbox"/> vào từng hàng thích hợp theo tháng.												
	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12
Thừa lao động	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Đủ lao động	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
Thiếu lao động	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>



Hình 4. Biểu đồ minh họa các cản trở về lao động theo các phân loại hộ gia đình khác nhau trong năm
Nguồn¹²

Việc thu thập thông tin về các đặc tính việc làm thời vụ trong hầu hết các công đoạn của chuỗi giá trị tương đối đơn giản. Mặc khác, thu thập thông tin về tính thời vụ của sử dụng lao động ở cấp nông hộ phức tạp hơn, bởi số lượng hoạt động việc làm mà các hộ nông dân tham gia thường lớn hơn rất nhiều. Thông tin về các đặc tính sử dụng lao động thời vụ ở cấp nông hộ thường có thể thu thập tại thực địa bằng cách sử dụng phương pháp có sự tham gia, như so sánh tỉ lệ tương đương giữa tác nhân (Hộp 5).

12. UNDP và NERI, *Kinh tế vĩ mô của dự án giảm đói nghèo - Cải thiện thu nhập của nông hộ ở CHDCND Lào*, Chuẩn bị cho Chương trình phát triển Liên Hợp Quốc và Viện nghiên cứu kinh tế quốc gia Lào, Viêng Chăn, CHDCND Lào, 2005.

Hộp 5: Phương pháp so sánh theo tỉ lệ tương đương các thông tin thu thập được từ mô hình sử dụng lao động thời vụ tại trang trại

Phương pháp này cần một tờ giấy khổ lớn (A3 hoặc A0). Yêu cầu người nông dân liệt kê hết các công việc nông nghiệp và phi nông nghiệp cũng như các nguồn thu nhập và sinh kế. Dùng hạt giống làm vật tượng trưng, yêu cầu người nông dân phân loại và cân lượng hạt giống tương ứng với từng hoạt động công việc theo tổng mức sử dụng lao động của hộ gia đình theo các mùa khác nhau trong năm. Sau khi người nông dân cân xong, cùng họ xem lại kết quả. Tiến hành so sánh theo cặp giữa các ô, yêu cầu người nông dân xác nhận trọng lượng họ đo được là chính xác.

Ví dụ trình bày dưới đây là phân tích về một hệ thống canh tác ở Mindano, Philippines. Nó chỉ ra rằng hộ gia đình dành một khoảng thời gian giống nhau qua các năm để “chăm” những cây chuối (làm cỏ và cắt) cũng như chăm bò (“Baka”) của họ. Họ còn có một cánh đồng thứ hai để trồng ngô vào tháng 7-10 và luân canh với khoai lang (“camote”) trong tiếng Mexico và bí ngòi. Cuối cùng, dưới những cây chuối, họ trồng một ít khoai môn (“gabi”) có thể thu hoạch vào năm sau (do đó mọi hoạt động đều diễn ra trong giai đoạn tháng 1-2).



Để xác định sự khác biệt lao động theo mùa giữa các nhóm nông dân (ví dụ: Nam/nữ, nghèo, trung bình, khá giả, dân tộc ít người/đa số), người ta thường khuyến khích tách thành từng nhóm thảo luận tập trung. Như vậy, ta sẽ có được một bức tranh rõ ràng hơn về việc sử dụng lao động theo mùa theo từng nhóm.

Tầm quan trọng của việc hiểu cung và cầu theo mùa trong lao động cũng được chứng minh trong một nghiên cứu về phát triển nông nghiệp ở miền Trung Tây Tạng của Waldron và cộng sự¹³.

Trong nghiên cứu này, việc sử dụng lao động theo mùa được tính toán dựa trên nhu cầu lao động ước tính (tính bằng đơn vị lao động) mỗi tháng cho các công việc phi nông nghiệp gia đình nói chung, công việc phi nông nghiệp, các hoạt động liên quan đến chăn nuôi và các hoạt động trồng trọt. Kết quả trong Bảng 4 cho thấy khi yêu cầu lao động của hộ gia đình cân bằng so với cung, thì có sự dư thừa lao động đáng kể trong các tháng mùa đông (khi thời tiết lạnh giá làm ảnh hưởng đến hoạt động trồng trọt và chăn

13. S. Waldron, Pubuzhuoma, C. Brown, và cộng sự., 'Phát triển nông nghiệp ở một thị trấn Tây Tạng'. HIMALAYA, Tạp chí của Hiệp hội Nghiên cứu Nepal và Himalaya, tháng 1 2016, tập. 35, số 2, chương 7.

nuôi cả ngày lẫn đêm) và thâm hụt lao động đáng kể vào mùa hè khi hoạt động trồng trọt và chăn diển ra nhiều nhất, và yêu cầu lao động bổ sung cho hoạt động chế biến sữa.

Các hộ gia đình ở miền Trung Tây Tạng sử dụng các chiến lược phân bổ lao động khác nhau như giúp đỡ lẫn nhau, trao đổi hàng hóa và làm việc chăm chỉ để giúp các thành viên khác trong gia đình có thể đi làm thuê các công việc phi nông nghiệp vào mùa hè. Ngoài ra, họ còn giảm bớt nhu cầu lao động trong mùa hè bằng cách áp dụng các công nghệ cơ giới hóa đơn giản (trồng trọt và khuấy bơ) hoặc áp dụng các sáng kiến (chăn nuôi).

Bảng 4. Các chỉ số sử dụng nhân công lao động chính (kết quả của mô hình CAEGTibet)

	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12
Nhân công sử dụng (ngày công)	24	25	28	45	74	74	73	47	43	58	50	26
Nhân công hộ gia đình (%)	48	44	40	25	15	15	15	24	26	20	23	43
Lao động ngoài trang trại (%)	0	0	0	0	40	41	41	0	0	17	40	0
Lao động cho cây trồng (%)	6	6	14	13	4	3	3	13	7	15	6	0
Lao động cho gia súc (%)	39	44	41	59	38	38	38	60	63	46	28	51
Tận dụng nhân công sẵn có (%)	38	41	46	74	121	120	120	76	70	94	82	43

Những Điều Cần Biết sau khi Hoàn Thành Phân Tích

Sau khi đã làm theo tất cả các bước trên, chúng ta sẽ có thể trả lời được các câu hỏi chính dưới đây:

- Sự khác biệt về việc làm trong và giữa các cấp của quy trình khác nhau thuộc chuỗi giá trị là gì?
- Tác động của kết quả phân tích chuỗi giá trị đối với người nghèo, phụ nữ và các nhóm yếu thế khác ở cả hiện tại và tương lai là gì?
- Khi can thiệp vào chuỗi giá trị thì sẽ dẫn đến những thay đổi gì trong cơ cấu việc làm của tác nhân (ví dụ: buôn bán rau qua các chợ trời truyền thống với bán trong siêu thị hiện đại) trong chuỗi giá trị?
- Các hệ thống quản trị khác nhau có ảnh hưởng gì đến sự phân phối việc làm giữa và trong các công đoạn khác nhau của chuỗi giá trị?
- Các công nghệ khác nhau có ảnh hưởng gì đến sự phân phối việc làm giữa và trong các công đoạn khác nhau của chuỗi giá trị?



Thu hoạch sản cung cấp việc làm cho
tỉnh Đắk Lắk, Việt Nam.
Ảnh: ©2009CIAT/NeilPalmer



Việc làm thời vụ. Công nhân bốc dỡ củ sản tươi tại một nhà máy sản xuất tinh bột ở Tây Lào.
Ảnh: FocusGroupGo/Rodd Dyer

Công cụ 8

Các Lựa Chọn

Nâng cấp

Giới Thiệu	252
Mục Tiêu	254
Các Chiến Lược Nâng Cấp	254
Các Bước Tiến Hành	258
Bước 1 Xác định các vấn đề và trở ngại chính	258
Bước 2 Xác định các giải pháp nâng cấp tiềm năng	262
Bước 3 Đánh giá tính khả thi và tác động tiềm năng đối với các lựa chọn nâng cấp	268
Step 4 Mô tả chiến lược nâng cấp và các hoạt động can thiệp	275

Giới Thiệu

Tiến trình của các chiến lược nâng cấp

Phân tích chuỗi giá trị là một công cụ hữu ích để đánh giá các lựa chọn nâng cấp trong chuỗi. Xác định các giải pháp và chiến lược nâng cấp chuỗi thường là bước cuối cùng trong phân tích chuỗi giá trị, trước khi triển khai các hoạt động can thiệp. Phân tích về nâng cấp chuỗi dựa trên các kết quả và thông tin thu được từ các công cụ khác trong phân tích chuỗi giá trị.

Việc nâng cấp sẽ chỉ ra cách thức giúp các cá nhân, doanh nghiệp, các chuỗi giá trị có thể sản xuất ra sản phẩm tốt hơn, có hiệu quả hơn hay chuyển sang những hoạt động đòi hỏi kỹ năng cao hơn nhằm cải thiện hiệu suất và lợi nhuận ở những thị trường có giá trị cao hơn. Vấn đề ban đầu nâng cấp là ý tưởng dành cho các doanh nghiệp lớn trong những chuỗi giá trị toàn cầu trong đó **nâng cấp sản phẩm, quy trình, chức năng và nâng cấp liên chuỗi** được xác định là những chiến lược cốt lõi nhằm nâng cao hội nhập thị trường, cải thiện hiệu quả sản xuất và tăng trưởng¹.

Để phát triển các chuỗi giá trị nông nghiệp bao trùm, việc nâng cấp hướng đến tăng cường khả năng cạnh tranh đồng thời đem lại lợi ích và trao quyền cho các nông hộ nhỏ hoặc các tác nhân có nguồn lực hạn chế. Trong những năm gần đây, việc tập trung tìm hiểu và vượt qua những rào cản về công nghệ, xã hội và rào cản về thể chế đang kim hãm hiệu quả hoạt động và sự hội nhập của nông hộ nhỏ và người nghèo trong các thị trường và chuỗi thực phẩm nông nghiệp². Điều này dẫn tới **chiến lược nâng cấp chuỗi giá trị nông sản cho hộ nông dân sẽ bao gồm nâng cấp trong điều phối theo chiều dọc và ngang cũng như cải thiện môi trường bên ngoài**^{3,4}.

Tiếp cận theo hướng rộng hơn này nhấn mạnh tầm quan trọng của sự phân bổ lợi ích và các bối cảnh thể chế và quản trị ảnh hưởng đến sản phẩm, cấu trúc và kết quả hoạt động của chuỗi. Những nhân tố này quyết định trực tiếp tới khả năng tiếp cận, tham gia một cách công bằng vào chuỗi hoặc thị trường của các nông hộ nhỏ và hộ nghèo. Chúng cũng ảnh hưởng đến việc tiếp cận kiến thức, kỹ năng và ứng dụng tiến bộ khoa học kỹ thuật của các tác nhân trong chuỗi⁵.

Nâng cấp sinh kế

Trong bối cảnh phát triển chuỗi giá trị bao trùm, việc nâng cấp rất cuộc là để tạo ra một cơ chế nhằm cải thiện sinh kế của người nghèo và những tác nhân quy mô nhỏ. Tuy vậy, rõ ràng là các tác động của việc nâng cấp đến các hộ nông dân quy mô nhỏ và người nghèo ở

1. J. Humphrey và H. Schmitz, 'Quản trị và Nâng cấp: Liên kết cụm công nghiệp và nghiên cứu chuỗi giá trị toàn cầu', Brighton, Viện Khoa học Phát triển, 2000.

2. S. Bolwig và đồng tác giả., 'Phương pháp luận về các vấn đề phát triển tích hợp vào phân tích chuỗi giá trị và các yếu tố can thiệp', trích dẫn từ 'Các thị trường và tình trạng nghèo ở nông thôn: Nâng cấp trong các Chuỗi Giá trị', J. Mitchell và C. Coles (chủ biên, London, Earthscan và IDRC, 2011, trang. 21-45).

3. S. Bolwig và đồng tác giả., 'Kết hợp nghèo đói và mối quan tâm về môi trường vào phân tích chuỗi giá trị: Khung khái niệm', *Đánh giá Chính Sách Phát triển*, 2010.

4. J. Mitchell, C. Coles, và J. Keane, *Nâng cấp theo các chuỗi giá trị: những chiến lược giảm nghèo ở châu Mỹ Latin*, Tài liệu tóm tắt, 2009.

5. C. Kilelu và đồng tác giả., 'Nâng cấp Chuỗi giá trị và hòa nhập các hộ nhỏ trong các thị trường', *Tạp chí Nghiên cứu Phát triển châu Âu*, tập 29, số 5, 2017, trang. 1102-1121.

nông thôn sẽ không thể giống với các nâng cấp ở các doanh nghiệp trong các chuỗi giá trị công nghiệp được. Trước hết, các hộ dân ở khu vực nông thôn không hoạt động giống những doanh nghiệp là chỉ có mục tiêu là tối đa hóa lợi nhuận. Thay vào đó, các chiến lược sinh kế của nông hộ nhỏ cần kết hợp đa dạng hóa nguồn thu nhập, đảm bảo an ninh lương thực, giảm bớt rủi ro và tạo ra thu nhập từ lao động phi nông nghiệp. Do đó, các ưu tiên của họ có thể không phải lúc nào cũng giống với chiến lược nâng cấp của chuỗi hay của doanh nghiệp có định hướng thương mại. Hai là, các nông hộ nhỏ hay người nghèo ở nông thôn thường thiếu tài sản sinh kế thiết yếu, như các loại vốn tự nhiên⁶, xã hội, hiện vật, nhân lực và tài chính cần thiết để tham gia hoặc ứng dụng thành công một giải pháp nâng cấp nào đó.

Tác giả Neilson⁷ đã giới thiệu khái niệm nâng cấp sinh kế là một quá trình tích hợp mà theo đó các lợi ích có được từ việc nâng cấp và nắm lấy giá trị bên trong một chuỗi giá trị hoặc một lĩnh vực, cũng như việc tạo ra nhiều thu nhập hơn, góp phần tích cực trong tạo sinh kế và phát triển vùng. Phương pháp này cũng chỉ ra rằng một số tài sản của sinh kế, như các loại vốn xã hội, con người, tài chính và tự nhiên đóng vai trò cốt yếu và cần xem xét trong chuỗi giá trị.

Hiểu biết về các tài sản sinh kế có thể được sử dụng làm chỉ số cho tình trạng nghèo, nhằm đánh giá tầm quan trọng về mặt kinh tế - xã hội của một chuỗi và mức độ bao trùm của nó; từ đó xác định ai sẽ hưởng lợi nhiều nhất trong một số quá trình phát triển chuỗi; đồng thời xác định những nhóm mục tiêu cho các chiến lược nâng cấp chuỗi giá trị; và thiết kế các can thiệp đem lại lợi ích cho các nhóm mục tiêu cũng như để giám sát và đánh giá các kết quả và những tác động từ sự can thiệp⁸.

Theo đó, cuốn sách hướng dẫn này cần nhắc sử dụng một tiếp cận riêng biệt và xem xét nhiều vấn đề trong tính bao trùm và nâng cấp, theo đó luôn quan tâm đến các nhóm đặc thù như các hộ quy mô và hộ nghèo (như người không có đất đai, phụ nữ, người dân tộc ít người, thanh niên); những tài sản và các chiến lược sinh kế khác nhau của họ.

Trong bối cảnh phát triển chuỗi giá trị bao trùm, có những câu hỏi khái quát có liên quan đến việc xác định những cơ hội nâng cấp phù hợp có lợi cho các hộ quy mô nhỏ và những tác nhân có nguồn lực hạn chế như sau:

- Những giải pháp và chiến lược nâng cấp chuỗi giá trị nào là thích hợp nhất đối với người nghèo hay các nhóm mục tiêu?
- Họ có thể tiếp cận và hưởng lợi như thế nào từ những thị trường nông sản thực phẩm đang chuyển biến nhanh chóng như hiện nay?

6. UNDP, *Hướng dẫn ứng dụng của khuôn khổ sinh kế bền vững trong các dự án phát triển*, Chương trình Phát triển của Liên Hợp Quốc, 2017.

7. J. Neilson, S. Ponte, G. Gereffi, và G. Raj-Reichert, 'Nâng cấp sinh kế', trích từ 'Số tay các chuỗi giá trị toàn cầu', (chủ biên), Edward Elgar Publishing, 2019.

8. D. Seville, A. Buxton, và B. Vorley, *Dưới những điều kiện nào các chuỗi giá trị là những công cụ hiệu quả để phát triển vì người nghèo?*, Quỹ Ford, tháng Một 2011.

- Bằng cách nào để họ có thể phát triển theo định hướng thương mại và cạnh tranh hơn?
- Làm thế nào để họ đáp ứng được ngày càng nhiều những yêu cầu về tiêu chuẩn chất lượng sản phẩm và an toàn thực phẩm của các thị trường trong nước và quốc tế?
- Những kiến thức, kỹ năng, năng lực và sự liên kết chủ yếu nào cần phải có? Những công nghệ, cải tiến hay những thay đổi thể chế nào sẽ trở nên cần thiết?
- Người nghèo và các nhóm mục tiêu có năng lực và tài sản cần thiết cho sinh kế không?
- Những giải pháp nào có tiềm năng lớn nhất tạo ra tác động bền vững ở quy mô lớn?

Mục Tiêu

Mục tiêu của công cụ này là hiểu về cách xác định được những giải pháp và chiến lược nâng cấp để nâng cao khả năng cạnh tranh của chuỗi giá trị, thông qua đó đem lại các lợi ích sinh kế cho người nghèo, phụ nữ hoặc các nhóm mục tiêu khác. Các mục tiêu bao gồm:

- Xác định những trở ngại và vấn đề chính ảnh hưởng đến hiệu quả hoạt động của chuỗi;
- Xác định các giải pháp nâng cấp khả quan;
- Đánh giá và lựa chọn các giải pháp nâng cấp dễ tiếp cận, khả thi và đúng nhu cầu; và
- Vạch rõ chiến lược nâng cấp, các can thiệp và các tác nhân cung cấp dịch vụ tiềm năng.

Các Chiến Lược Nâng Cấp

Trước khi tiến tới các bước phân tích, cần mô tả các chiến lược nâng cấp khác nhau và những ví dụ liên quan đến phát triển chuỗi giá trị bao trùm. Có bốn nhóm lớn trong nâng cấp được đề xuất là⁹:

- Cải thiện về điều phối trong chuỗi giá trị (nâng cấp về phối hợp theo chiều ngang và theo chiều dọc);
- Cải thiện quy trình và sản phẩm (nâng cấp quy trình và sản phẩm);
- Thay đổi và bổ sung các chức năng (nâng cấp chức năng và liên chuỗi); và
- Nâng cấp môi trường thể chế.

9. C. Kilelu và các tác giả khác., 'Nâng cấp chuỗi giá trị và Hòa nhập các hộ nhỏ trong thị trường', *Tạp chí nghiên cứu phát triển châu Âu* - tập 29, số 5, 2017, trang. 1102-1121.

Cải thiện về điều phối trong chuỗi giá trị¹⁰

Điều phối theo chiều ngang là sự hợp tác và tổ chức tốt hơn giữa các tác nhân, thường là các nông dân hoạt động ở cùng một công đoạn. Việc thành lập và tăng cường hoạt động của các nhóm những nhà sản xuất, nhóm marketing, hiệp hội và hợp tác xã có thể cải thiện hiệu quả và điều phối chuỗi giá trị. Cải thiện điều phối theo chiều ngang có thể giúp những tác nhân quy mô nhỏ nâng cấp chất lượng sản phẩm, đạt lợi thế kinh tế nhờ quy mô, giảm chi phí giao dịch, thực hiện các chức năng mới và cùng chia sẻ rủi ro. Một số lợi ích khác họ có thể đạt được như cải thiện khả năng tiếp cận với thông tin, kiến thức, tài chính, đào tạo, vận chuyển, kiểm soát chất lượng, và với các dịch vụ khác. Công nghệ thông tin và truyền thông (ICT) và công nghệ số cung cấp những nền tảng mới cho các nhóm để kết nối, chia sẻ thông tin và hợp tác hiệu quả cao hơn.

Sự phù hợp của hành động tập thể và chất lượng của việc quản trị và lãnh đạo nhóm sẽ quyết định tính hiệu quả của các nhóm doanh nghiệp nông dân. Các nhóm được thành lập chủ yếu để tiếp nhận hỗ trợ về thể chế tổ chức hay kinh phí sẽ không mấy hứa hẹn trở thành doanh nghiệp bền vững, có khả năng cạnh tranh từ đó đem lại lợi ích cho các thành viên của nhóm.

Điều phối theo chiều dọc chỉ đến những mối quan hệ kinh doanh giữa các tác nhân khác nhau trong chuỗi (như giữa những nhà cung cấp đầu vào, nông dân, thương nhân, các nhà chế biến, các nhà bán buôn và nhà xuất khẩu). Tăng cường điều phối theo chiều dọc thường hay bao gồm việc chuyển đổi từ giao dịch tự do tại chỗ sang những mối quan hệ lâu dài giữa người bán và người mua. Quan hệ giữa người bán và người mua nói chung được xây dựng trên lòng tin và do đó tốn thời gian dài mới phát triển được. Tại các thị trường đã phát triển, với hệ thống pháp lý hoạt động hiệu quả thì hợp đồng chính thức sẽ thay thế cho sự ngấm tin tưởng ở trên một số phương diện. Ngược lại, đối với thương mại hóa sản phẩm với thị trường xa theo cách truyền thống, phi chính thức lại đòi hỏi mức độ tin cậy cao bởi các bên thương lượng và cung cấp hàng với số lượng và chất lượng cùng với các hình thức thanh toán mà không trực tiếp có tương tác với nhau, và cũng không dựa trên các hợp đồng văn bản hay hệ thống tòa án nào.

Nâng cấp điều phối theo chiều dọc có thể giúp cải thiện trao đổi thông tin, kiến thức và thúc đẩy đổi mới. Nó cũng có thể giúp tiếp cận với các dịch vụ hỗ trợ quan trọng cũng như những thị trường có giá trị cao hơn. Nếu phối hợp dựa trên lòng tin có thể giảm bớt chi phí giao dịch thì các hợp đồng chính thức lại khiến tăng các chi phí để thực hiện. Những quy phạm về giới và bất cân bằng quyền lực giữa phụ nữ và nam giới, theo cả theo chiều dọc lẫn chiều ngang trong chuỗi, cũng có thể tạo ra những rào cản lớn hạn chế sự tham gia nhiều hơn và ý nghĩa hơn của phụ nữ.

10. Thông tin và các ví dụ phối hợp được trình bày ở đây cung cấp một bối cảnh nâng cấp cho các phân vùng phối hợp theo chiều ngang và phối hợp theo chiều dọc ở Công cụ 3 - Quản trị.

Cải thiện quy trình và sản phẩm

Nâng cấp quy trình là nhằm cải thiện hiệu quả chuỗi giá trị thông qua việc gia tăng khối lượng sản phẩm đầu ra với cùng một chi phí sản xuất, hay giảm giá thành sản phẩm trong sản xuất. Ứng dụng hay đầu tư vào các công nghệ và thực hành quản lý tân tiến có thể tạo ra nhiều sản phẩm hơn cho một đơn vị chi phí bỏ ra. Ví dụ, người nông dân có thể cải thiện năng suất và lợi nhuận bằng cách ứng dụng các thực hành tốt hơn trong nông nghiệp và đầu tư vào phân bón hay tưới tiêu hay không? Hoặc tác nhân vận chuyển có thể sử dụng các thùng gỗ to hơn và cứng cáp hơn, sử dụng các xe tải tốt hơn để cải thiện năng suất chuyên chở và giảm hao hụt hay không?

Nâng cấp sản phẩm liên quan đến việc cải thiện chất lượng sản phẩm hay chuyển đổi sang các sản phẩm hiện đại hơn, thường dành cho các phân khúc thị trường có giá trị cao. Nâng cấp sản phẩm cũng có thể thực hiện cho hoạt động chế biến và đóng gói, dán nhãn và xây dựng thương hiệu để sản phẩm trở nên hấp dẫn, người tiêu dùng dễ nhận biết hơn. Khi thu nhập của người tiêu dùng tăng, ngày càng nhiều người sẵn lòng chi trả cho sản phẩm tốt hơn về chất lượng, an toàn thực phẩm, sự tươi ngon, tính đồng nhất và khả năng truy xuất nguồn gốc. Nâng cấp sản phẩm để đáp ứng yêu cầu ngày càng tăng ở thị trường trong nước và nước ngoài này đòi hỏi phải thỏa mãn nhiều khách hàng khó tính hơn, cũng như những tiêu chuẩn theo quy định đối với sản phẩm và chất lượng đặc thù về an toàn sinh học, an toàn thực phẩm và khả năng truy xuất nguồn gốc. Vấn đề then chốt là liệu các hộ nhỏ, người nghèo và các doanh nghiệp nhỏ có khả năng và các nguồn lực để tiếp cận cũng như đáp ứng những yêu cầu đó không, hay có hưởng lợi từ việc nâng cấp không. Ví dụ, có đáng để những người trồng mận nghèo ở miền bắc Việt Nam phải đầu tư thời gian và nguồn tiền bạc eo hẹp của họ vào việc cắt tỉa, chăm bón, phòng trừ sâu bệnh, và xử lý sau thu hoạch để tiếp cận các thị trường bán lẻ có giá bán cao hơn ở Hà Nội hay không?

Tham gia vào các chương trình cấp chứng nhận bởi bên thứ ba và các tiêu chuẩn tự nguyện (như Chứng nhận 4C, Chứng nhận Liên minh Rừng nhiệt đới - Rainforest Alliance, Chứng nhận Thương mại Công bằng - Fairtrade) là một chiến lược nâng cấp thường được khuyến khích dành cho các nông hộ nghèo, đặc biệt trong những chuỗi giá trị cà phê, ca cao và trà. Việc cấp chứng nhận khiến người tiêu dùng yên tâm về bảo vệ môi trường, và các phẩm chất đạo đức, còn người nông dân có thể hưởng lợi từ giá bán cao, các liên kết thị trường và hỗ trợ kỹ thuật. Tạo ra các mối liên kết trực tiếp với người mua cho những nhóm tác nhân trồng cà phê quy mô nhỏ và những người rang cà phê là kết quả và chiến lược nâng cấp điều phối theo chiều dọc trong các chuỗi cà phê đặc sản. Những mối quan hệ gắn gũi sẽ tạo ra phản hồi trực tiếp về sản phẩm, hỗ trợ

11. J. Nielson, 'Cải thiện sinh kế', trích từ 'Sổ tay về các chuỗi giá trị toàn cầu' của S. Ponte, G. Gereffi, và G. Raj-Reichert (chủ biên.), nhà xuất bản Edward Elgar, 2019.

12. J. Bray & J. Neilson, 'Đánh giá các tác động của những chương trình cấp chứng nhận cà phê đối với sinh kế của các hộ gia đình nhỏ', *Tạp chí quốc tế về dịch vụ và quản lý hệ sinh thái khoa học đa dạng sinh học*, tập 13, số 1, 2017, trang. 216-232.

kỹ thuật và giá bán cao hơn cho người trồng cà phê chất lượng cao đồng thời người rang cà phê thì nắm giữ được chất lượng đặc thù và các đặc điểm về nguồn gốc sản phẩm. Nghiên cứu đã chỉ ra rằng các chương trình này có thể đem lại nhiều lợi ích xã hội cho những tác nhân quy mô nhỏ của chuỗi, nhưng cũng chứng minh được thu nhập bền vững và các cải tiến sinh kế (khi lợi ích về tài chính nông dân được hưởng lớn hơn các chi phí bỏ ra) vẫn còn hạn chế^{11,12}.

Thay đổi và bổ sung các chức năng

Nâng cấp chức năng chỉ sự thay đổi tổng hợp các chức năng do những tác nhân trong chuỗi giá trị thực hiện, và thông qua việc tăng (nâng cấp) hay giảm (hạ cấp) số lượng các hoạt động thực hiện bởi các cá nhân và doanh nghiệp. Chẳng hạn như, hỗ trợ người trồng cà phê, ca cao ứng dụng thực hiện quy trình chế biến ở cấp độ nông trại và gia tăng giá trị để ngăn ngừa thối rữa và nâng cao chất lượng, thay vì bán quả chín với giá rẻ cho thương lái, chính là một ví dụ cho việc nâng cấp chức năng. Còn ví dụ về sự hạ cấp chính là xu thế của các doanh nghiệp toàn cầu trong lĩnh vực cà phê, ca cao giao khoán cho các công ty thương mại lớn thâu việc thu mua hạt xanh. Câu hỏi đưa ra là liệu người nghèo hay những tác nhân thiệt thòi khác có sở hữu các nguồn lực về nhân lực, tài chính, xã hội cũng như đủ năng lực cần thiết để tiến hành những hoạt động mới mẻ này một cách hiệu quả hay không.

Những can thiệp nâng cấp chức năng cho các tác nhân quy mô nhỏ có thể đạt hiệu quả cao hơn trong trường hợp có một nhóm hay một tổ chức đứng ra điều phối theo chiều ngang một cách hiệu quả. Ví dụ, nhóm nông dân trồng rau có thể thu được giá bán cao hơn khi cùng nhau thực hiện chức năng phân loại và đóng gói. Một chiến lược nâng cấp cho các tác nhân quy mô nhỏ thường được đề xuất là "rút ngắn chuỗi" bằng cách loại bỏ các khâu trung gian như người thu gom hay môi giới, và phân bổ lại các chức năng của họ và những tác nhân khác. Song cũng cần phải thận trọng vì những tác nhân này thường cung cấp các dịch vụ quan trọng và mang tính đặc thù, không dễ dàng bị thay thế bởi các tác nhân quy mô nhỏ.

Chính cũng có thể áp dụng những chính sách nhằm nâng cấp chức năng ở cấp độ ngành. Ví dụ, In-đô-nê-si-a áp 5% thuế xuất khẩu lên hạt ca cao thô chưa qua xử lý để khuyến khích chế biến hạ nguồn và gia tăng giá trị trong nước. Các chiến lược này sẽ chỉ mang lại những kết quả như mong đợi, nếu chúng được thực thi một cách hiệu quả ở cấp địa phương. Thị trường toàn cầu của những sản phẩm chế biến đều rất cạnh tranh, vậy nên hiệu quả là yếu tố quan trọng để tạo ra lợi nhuận và tính ổn định bền vững.

Nâng cấp liên chuỗi là việc sử dụng kiến thức và kỹ năng có được từ một chuỗi nhất định để thâm nhập vào một chuỗi giá trị hay phân khúc thị trường có giá trị cao hơn. Ví dụ, rất nhiều nông dân trồng cà phê Robusta (cà phê vối) ở Tây Nguyên, Việt Nam đã nhanh chóng ứng dụng các kỹ năng và kinh nghiệm để xen canh cây hồ tiêu vào các hệ thống sản xuất của mình để thu về lợi nhuận cao hơn.

Nâng cấp thể chế

Nâng cấp tạo môi trường thuận lợi là nói đến việc cải thiện bối cảnh thể chế ảnh hưởng đến chuỗi giá trị, bao gồm các dịch vụ hỗ trợ, các khuôn khổ chính sách và pháp luật, và các dịch vụ tài chính. Môi trường thể chế thường có những tác động lớn lên khả năng cạnh tranh của chuỗi giá trị và do đó cũng là một hình thức nâng cấp quan trọng cần xem xét. Ví dụ, phát triển các sản phẩm cho vay phù hợp, tinh giản các thủ tục cho vay, tài sản thế chấp được đơn giản hóa và ít khắt khe hơn là những giải pháp nâng cấp thể chế, nhằm tăng khả năng tiếp cận các nguồn tài chính chính thống của nông hộ nhỏ.

Một số thay đổi về chính sách có thể ảnh hưởng tiêu cực đến các nông hộ nhỏ nói riêng và nền kinh tế nói chung, là một dạng hạ cấp thể chế. Ví dụ, các nghị định về sản xuất hữu cơ do Chính ban hành có thể gây bất lợi cho những nông hộ trồng rau quy mô nhỏ. Vì khi nông dân hạn chế sử dụng phân bón và hóa chất thì năng suất, chất lượng và thu nhập của họ cũng sẽ giảm theo.

Có thể áp dụng những bước sau để xác định các giải pháp và chiến lược nâng cấp nhằm cải thiện khả năng cạnh tranh của chuỗi giá trị, đồng thời mang lại những lợi ích về sinh kế cho người nghèo, phụ nữ và các nhóm mục tiêu khác.

Các Bước Tiến Hành

Bước 1

Xác định các vấn đề và trở ngại chính

Bước đầu tiên là xác định các vấn đề và trở ngại chính ảnh hưởng đến chuỗi giá trị. Xác định các vấn đề sẽ dựa trên sự đối chiếu và diễn giải những kết quả từ các phân tích trước đó về chuỗi giá trị, kiểm tra các minh chứng từ các nguồn khác nhau, và thu thập thông tin đầu vào từ những chuyên gia kỹ thuật và các tác nhân chủ chốt liên quan. Các kết quả từ việc lập sơ đồ (Công cụ 2) và những phân tích chi tiết hơn về chuỗi giá trị (các công cụ 3,7) đã đưa ra được các minh chứng và bối cảnh toàn diện của những yếu tố này.

Việc phân tích sẽ giúp xác định một loạt vấn đề ảnh hưởng đến các công đoạn, đến các tác nhân hay nhóm tác nhân khác nhau trong chuỗi. Cần đặc biệt chú trọng khi xác định các vấn đề và rào cản mà những hộ nhỏ, người nghèo, phụ nữ hoặc các nhóm mục tiêu khác phải đối mặt. Ví dụ, như trình bày ở Hộp 1, nhu cầu của phụ nữ hiếm khi được tính đến trong quá trình thiết kế, giới thiệu, sử dụng máy móc và thiết bị nông nghiệp.

Hộp 1 trang tiếp theo



Hộp 1: Công nghệ dành cho nông dân nữ

Sử dụng máy móc nông nghiệp giúp tiết kiệm cả thời gian lẫn sức lao động cho nông dân quy mô nhỏ, và ngày càng trở nên phổ biến tại nông thôn. Tuy nhiên, những nhu cầu cũng như lợi ích của phụ nữ thường không được xem xét đúng mức trong quá trình phát triển, giới thiệu và sử dụng các loại máy móc và thiết bị này tại cộng đồng. Kết quả là đa số chúng được sử dụng, điều khiển bởi nam giới.

Chương trình Nghiên cứu CGIAR về Rễ, Củ, và cây chuối (RTB) đã phát triển một bộ hướng dẫn, trong khuôn khổ Sáng kiến Genovate, nhằm hỗ trợ các lãnh đạo dự án, nhà nghiên cứu và nhân viên phát triển đảm bảo vấn đề giới được xem xét một cách thỏa đáng trong thiết kế nghiên cứu và các can thiệp thuộc lĩnh vực cơ giới hóa. Những câu chuyện dưới đây truyền tải đến chúng ta ba thông điệp quan trọng:

Đầu tiên, thiết bị và máy nông nghiệp hầu hết do các kỹ sư nam chế tạo. Thường thì chúng sẽ cần phải chỉnh sửa cho phù hợp với phụ nữ khi sử dụng để vừa với kích thước cơ thể, thể lực và kinh nghiệm hạn chế của họ. Trường hợp này đã xảy ra đối với máy cắt ù chua khoai lang ở Uganda và thiết bị phân loại khoai tây ở Bolivia. Điều chỉnh theo nhu cầu của phụ nữ thường ít được coi trọng trong quá trình phát triển và giới thiệu, nhưng đây là yếu tố hết sức quan trọng giúp tăng tỉ lệ ứng dụng công nghệ và nhờ đó mang lại tác động lớn hơn.

Thứ hai, nhu cầu và lợi ích của phụ nữ thường bị bỏ qua trong quá trình ra quyết định, trong nội bộ gia đình, cộng đồng hay trong dự án. Nam giới có tiếng nói quyết định có thể không biết đến các nhu cầu thực sự của phụ nữ, hoặc không mặn mà gì lắm với việc đầu tư vào máy móc, thiết bị cho phụ nữ. Trường hợp này xảy ra tại các nhà máy chế biến ở Nigeria, nơi những người chủ nhà máy không có ý thức về sự ảnh hưởng của khói độc hại tới phụ nữ, dẫn đến không đầu tư vào các máy chiên gari giảm khói để giảm bớt nguy cơ tiếp xúc và có thể tăng năng suất. Nhận thức cao hơn về giới có thể giúp tránh được vấn đề này.

Thứ ba, máy móc thiết bị không chỉ tiết kiệm công sức và thời gian mà còn tạo ra quyền lực tượng trưng. Ví dụ trong cộng đồng người Ê Đê theo mẫu hệ ở Tây Nguyên, Việt Nam, nhiều nam giới nhận thức được rằng quyền ra quyết định của họ lớn hơn so với các bà vợ vì họ có thể lái được máy cày hai bánh, còn vợ mình thì không. Máy cày, do đó, giúp họ không chỉ ở kiểm soát công việc đồng áng hay tăng khả năng di chuyển mà còn củng cố sức mạnh tượng trưng của nam giới. Phương diện tượng trưng của cơ giới hóa là chủ đề không được quan tâm trong nghiên cứu nông nghiệp. Phát triển các máy móc mà không cân nhắc đến nguy cơ về giới, cổ súy cho quyền lực tượng trưng của đàn ông và thắt chặt thêm những quan hệ quyền lực vốn đang tồn tại liên quan tới giới.

Nguồn¹³

13. N. Kawarazuka và cộng sự., *Giới trong cơ giới hóa nông nghiệp: Các câu hỏi hướng dẫn chính*, Lima, Trung Tâm Khoai Tây Quốc Tế, 2018.

Nghiên cứu những trở ngại trong các phân khúc thị trường hay các kênh khác nhau của chuỗi cũng là hoạt động rất quan trọng. Ví dụ, một nghiên cứu về chuỗi giá trị xoài ở Đông In-đô-nê-si-a đã xác định được nhiều vấn đề trong các kênh bán lẻ truyền thống, bán lẻ hiện đại, cũng như các kênh chế biến, xuất khẩu (Xem Hộp 2)¹⁴. Do đó, phạm vi nghiên cứu cần bao quát các yếu tố mang tính kỹ thuật, tài chính, kinh tế, văn hóa-xã hội và những yếu tố mang tính thể chế khi phân tích các vấn đề và nguyên nhân của nó. Nguyên nhân của những vấn đề hay cản trở có thể nằm ngoài chuỗi (như chính sách thương mại chẳng hạn) hay bên trong chuỗi (như dịch bệnh, liên kết chuỗi yếu kém, thiếu kiến thức). Cả hai đều có thể có những tác động lớn đến chi phí sản xuất, năng suất của nông trại, và khả năng cạnh tranh nói chung, cũng như sự hòa nhập xã hội.

Một phần quan trọng trong phân tích vấn đề là xác định những công nghệ, đổi mới và thực hành nào đang được áp dụng, và tại sao? Có nên cải tiến chúng hay không? Những lỗ hổng về năng lực và kiến thức chủ yếu là gì? Chúng tồn tại ở đâu, tại sao?

Có thể liệt kê những khó khăn, trở ngại chính cho từng nhóm tác nhân hoặc từng công đoạn (Hộp 2). Một đoạn giải thích ngắn sẽ mô tả bối cảnh và giải trình lý do cho từng vấn đề chính. Danh sách những câu hỏi nghiên cứu chính và các lỗ hổng về kiến thức nhằm nâng cấp chuỗi sẽ là đầu ra quan trọng của bước này.

Hộp 2: Những trở ngại và vấn đề chính trong nâng cấp các chuỗi giá trị xoài miền Đông In-đô-nê-si-a

Một nghiên cứu về các chuỗi giá trị xoài miền Đông In-đô-nê-si-a đã xác định được những trở ngại và vấn đề chính trong nâng cấp chuỗi xoài tại Situbondo và Lombok - hai quận trọng tâm.

Bảng 1. Những rào cản chủ yếu cho các tác nhân khác nhau trong chuỗi giá trị xoài ở quận Situbondo và Lombok, miền Đông In-đô-nê-si-a

Tác nhân chuỗi	Những trở ngại chính
Nông dân	<ul style="list-style-type: none"> Giá rất thấp trong chính vụ xoài, có thời gian ngắn Thiếu kiến thức về các kỹ thuật giúp quả chín sớm vốn đã được áp dụng ở Trung và Tây Java Thiếu kiến thức về phân bón và quản lý sâu bệnh Hạn chế về tiếp cận tài chính và khả năng tiếp nhận rủi ro
Thương lái, bán buôn	<ul style="list-style-type: none"> Thiếu kiến thức về các kỹ thuật giúp quả chín sớm Thiếu kiến thức về quản lý sâu bệnh sau thu hoạch

14. T. Wandschneider, I. Baker, và R. Natawidjaja, 'Báo cáo cuối cùng: Những cơ hội phát triển thương mại nông nghiệp miền Đông Indonesia - Chuỗi giá trị xoài'(AGB-2012-006), - Trung tâm Nghiên cứu Nông nghiệp quốc tế Úc, 2013.

Bảng 1. Những rào cản chủ yếu cho các tác nhân khác nhau trong chuỗi giá trị xoài ở quận Situbondo và Lombok, miền Đông In-đô-nê-si-a

Tác nhân chuỗi	Những trở ngại chính
Nhà xuất khẩu	<ul style="list-style-type: none"> Thiếu kiến thức về quản lý sâu bệnh sau thu hoạch Khó tiếp cận với nguồn sản phẩm có chất lượng Không tiếp cận được với các loại xoài vàng và xoài đỏ cỡ lớn Kém hiểu biết về các thị trường xuất khẩu Thiếu tiếp cận về pháp lý đối với những thị trường đòi hỏi kiểm dịch thực vật như Trung Quốc, Nhật Bản, Hàn Quốc vì các quy trình tiếp cận thị trường chưa được đàm phán
Nhà chế biến	<ul style="list-style-type: none"> Mùa xoài ngắn Hạn chế về phát triển sản phẩm và am hiểu thị trường Các trở ngại tài chính Nhu cầu nội địa còn hạn chế Cạnh tranh khốc liệt trên thị trường trong nước và quốc tế với những nền công nghiệp chế biến đã phát triển của các nước châu Á khác

Phân tích đã xác định được bốn lỗ hổng trong kiến thức chính được coi là rào cản chính đối với các đổi mới vì người nghèo trong các chuỗi giá trị xoài: 1. Lỗ hổng về kỹ thuật giúp quả chín sớm; 2. Lỗ hổng về kiến thức thực hành canh tác xoài nói chung; 3. Kiến thức về xử lý sau thu hoạch để xử lý các vấn đề dịch bệnh và sâu hại; 4. Kiến thức về thị hiếu và cơ hội thị trường đối với các thị trường xuất khẩu khác nhau.

Nguồn¹⁰

Một số ví dụ về những vấn đề và trở ngại thường gặp trong chuỗi giá trị, có thể xác định được qua phân tích chuẩn đoán, được trình bày dưới đây:

- Sự chênh lệch về sản lượng, năng suất và tính hiệu quả của doanh nghiệp và nông trại kém hơn;
- Chất lượng sản phẩm kém và không đủ khả năng đáp ứng các tiêu chuẩn thị trường;
- Khả năng sinh lợi, thu nhập và tạo việc làm thấp;
- Không đủ khả năng cạnh tranh trong các thị trường nội địa và thị trường xuất khẩu;
- Nợ của hộ gia đình cao, dòng tiền hạn chế, và khả năng tiếp cận tài chính kém;
- Sản xuất không tập trung, nhỏ lẻ không có lợi thế của kinh tế quy mô;
- Người nghèo, phụ nữ hoặc những nhóm mục tiêu bị loại khỏi hoặc bị đối xử không công bằng trong chuỗi;

Bước 1 Xác định các vấn đề và trở ngại chính

(Tiếp)

- Hạn chế trong điều phối theo chiều ngang;
- Liên kết thị trường yếu, đặc biệt là với các doanh nghiệp đầu ngành;
- Mức độ minh bạch và tín nhiệm thấp;
- Lỗ hổng về kiến thức và kỹ năng;
- Lỗ hổng trong ứng dụng công nghệ và đổi mới cơ bản;
- Lỗ hổng trong tài sản sinh kế (như các nguồn vốn con người, xã hội, vốn hữu hình, tự nhiên, tài chính, chính trị) cần có để tham gia vào và hưởng lợi từ việc nâng cấp; và
- Môi trường hỗ trợ hạn chế, bao gồm các thể chế, chính sách và hạn chế tiếp cận hay tính hiệu quả của các dịch vụ hỗ trợ.

Bước 2 Xác định những giải pháp nâng cấp tiềm năng

Câu hỏi chung cần được trả lời trong bước này là những giải pháp và chiến lược nào có thể giúp giải quyết các vấn đề chính gây ảnh hưởng tới cấu trúc, hoạt động và hiệu suất của chuỗi giá trị. Có thể trình bày chúng theo bảng biểu. Ví dụ, Bảng 2 thể hiện các giải pháp và chiến lược nâng cấp giúp giải quyết các trở ngại và vấn đề chủ yếu được xác định trong nghiên cứu chuỗi giá trị xoài ở miền Đông In-đô-nê-si-a¹⁴.

Bảng 2. Các giải pháp và chiến lược cho các chuỗi giá trị xoài ở miền Đông In-đô-nê-si-a		
Vấn đề	Giải pháp	Chiến lược nâng cấp
Giá rất thấp ở chính vụ, mùa vụ ngắn	Gia tăng sản xuất trái vụ bằng cách điều chỉnh ra hoa	Nâng cấp quá trình, phối hợp theo chiều dọc
Giá thấp vào chính vụ, mùa vụ ngắn, cộng với việc lượng khẩu xoài ít ỏi	Phát triển các thị trường xuất khẩu	Nâng cấp liên chuỗi, nâng cấp quy trình, nâng cấp sản phẩm, điều phối theo chiều dọc
Giá thấp vào chính vụ, mùa vụ ngắn, cộng với chế biến thương mại nhỏ lẻ, không đáng kể	Phát triển thị trường chế biến	Nâng cấp liên chuỗi, nâng cấp sản phẩm, điều phối theo chiều dọc

Bảng 2. Các giải pháp và chiến lược cho các chuỗi giá trị xoài ở miền Đông In-đô-nê-si-a (tiếp)

Vấn đề	Giải pháp	Chiến lược nâng cấp
Sâu và bệnh hại khiến quả kém chất lượng và không bán được ở các thị trường xuất khẩu và thị trường nội địa có giá trị cao	Tăng cường kiểm soát sâu và bệnh hại để tiếp cận các chuỗi xuất khẩu và các chuỗi chất lượng khác	Nâng cấp quy trình, sản phẩm, phối hợp theo chiều dọc
Không tiếp cận được với các thị trường xuất khẩu giá trị cao như Trung Quốc, Hàn Quốc, Nhật Bản	Phát triển các nghị định thư cho thị trường xuất khẩu	Nâng cấp thể chế
Giống xoài vỏ xanh (Harumanis) chiếm đa số hạn chế tới tiềm năng xuất khẩu	Hỗ trợ các chương trình phát triển giống	Nâng cấp sản phẩm
Tiếp cận hạn chế với các chuỗi bán lẻ hiện đại có giá trị cao hơn (từ miền Đông In-đô-nê-si-a)		Điều phối theo chiều dọc và nâng cấp kênh

Để đạt được tác động sinh kế bền vững và rộng lớn thì cần kết hợp các chiến lược và giải pháp nâng cấp cho nhiều phân đoạn của chuỗi khác nhau. Các giải pháp sẽ được giả thiết là bao gồm các yếu tố công nghệ, tổ chức, thể chế, kinh tế và văn hóa-xã hội. Chẳng hạn như, để phát triển chứng chỉ chuỗi giá trị rau an toàn trong một dự án nhằm tăng thu nhập cho nông dân tại miền Bắc Việt Nam thì dự án đã phải thực hiện một loạt các chiến lược và giải pháp nâng cấp chuỗi giá trị (Hộp 3)¹⁵.

Các giải pháp nâng cấp trong các chuỗi giá trị nông sản của nông hộ quy mô nhỏ cũng cần phải xem xét các quy trình đổi mới cần thiết cho các tác nhân để lĩnh hội các kiến thức và đủ năng lực cần thiết cho áp dụng đổi mới. Việc này bao gồm xác định các quy

15.ACIAR, *Rau chất lượng tìm kiếm thị trường*, Tạp chí Cộng sự, tập 4, Trung tâm Nghiên cứu Nông nghiệp quốc tế Úc, 2017, <https://reachout.aciar.gov.au/quality-vegetables-find-their-markets>.

trình, các nhà cung cấp dịch vụ và những can thiệp nhằm hỗ trợ trao đổi kiến thức, phát triển năng lực, cùng trao học tập và giải quyết vấn đề một cách liên tục.

Phân tích chi phí và lợi nhuận là cần thiết để đánh giá xem các chiến lược nâng cấp có phù hợp và khả thi đối với người nghèo và các nhóm mục tiêu khác hay không. Những chiến lược nâng cấp sử dụng các công nghệ đắt đỏ, không phù hợp có thể khiến người sản xuất gặp phải rủi ro cao. Tương tự, không phải tất cả các nông hộ đều quan tâm hay sẵn lòng thực hiện “nâng cấp” chức năng khác trong chuỗi giá trị, chẳng hạn như làm thương mại hay sơ chế các sản phẩm do họ sản xuất ra.

Hộp 3: Nâng cấp các chuỗi giá trị rau và sinh kế tại Mộc Châu, Việt Nam

Dự án phát triển các chuỗi giá trị rau an toàn được cấp chứng nhận ở huyện Mộc Châu, miền bắc Việt Nam chỉ ra việc làm thế nào để xác định và thực hiện các giải pháp và chiến thuật nâng cấp chuỗi khác nhau (Bảng 3). Mục đích phát triển là cải thiện thu nhập và sinh kế cho các nông hộ nghèo địa phương, đa phần là người dân tộc ít người. Mộc Châu có khí hậu miền núi mát mẻ vào mùa hè, đất đai màu mỡ, gần các thị trường đô thị ở Hà Nội. Điều này đem lại lợi thế cạnh tranh tự nhiên cho sản xuất rau củ ôn đới trong cả mùa hè khi mà khu vực Đồng bằng Sông Hồng gần Hà Nội vì khí hậu nóng bức không trồng được các loại rau có chất lượng, và giá cả do đó cũng cao hơn. Mộc Châu cũng nổi tiếng đối với người tiêu dùng thành thị, vốn ngày càng quan tâm hơn đến an toàn thực phẩm, về các sản phẩm nông nghiệp “sạch và an toàn”. Người nông dân ở đây đã sản xuất một số loại rau củ phục vụ các chợ truyền thống, nhưng chất lượng, sản lượng và thu nhập đều còn rất thấp. Qua thời gian, việc phát triển điều phối theo chiều ngang, kết nối thị trường, đào tạo tập huấn và hỗ trợ kỹ thuật đã giúp người nông dân cũng như các tác nhân chuỗi giá trị áp dụng được một số giải pháp nâng cấp khác nhau. Một số nông dân trồng rau an toàn được cấp chứng nhận đã có thể tăng thu nhập từ 770 đô la Mỹ đến 4550 đô la Mỹ/ha. Điều thú vị là phụ nữ là những người được hưởng lợi chính vì họ chiếm lĩnh mọi khâu của chuỗi giá trị, từ sản xuất đến bán lẻ.

Bảng 3. Các giải pháp và chiến lược được thực hiện nhằm phát triển các chuỗi giá trị rau an toàn và cải thiện sinh kế ở huyện Mộc Châu, miền Bắc Việt Nam

Các giải pháp can thiệp	Chiến lược nâng cấp
Giới thiệu nhiều giống rau mới	Nâng cấp sản phẩm
Cải tiến thực hành nông nghiệp (cây giống, bón phân, dùng vải bạt che phủ đất, trồng rau nhà kính)	Nâng cấp quy trình
Cải thiện trong việc sử dụng hóa chất, các quy trình thao tác tiêu chuẩn, nhật ký đồng ruộng	Nâng cấp quy trình và sản phẩm
Chứng nhận Rau An toàn và thực hành theo tiêu chuẩn VietGAP	Nâng cấp sản phẩm và nâng cấp thể chế
Thiết lập các nhóm và hợp tác xã trồng rau để mang lại ưu thế kinh tế quy mô và có điều phối	Nâng cấp điều phối phối theo chiều ngang, nâng cấp quy trình và nâng cấp sản phẩm
Phát triển các liên kết thị trường với các siêu thị và những cửa hàng rau đặc sản	Nâng cấp phối hợp theo chiều dọc, nâng cấp nội chuỗi và nâng cấp sản phẩm
Đăng ký nhãn hiệu chứng nhận với chính quyền Huyện	Nâng cấp sản phẩm và nâng cấp thể chế
Cải tiến quản lý sau thu hoạch và điều phối hợp thị trường (đóng gói, phân loại, dán nhãn hiệu, bảo quản lạnh)	Nâng cấp quy trình và sản phẩm, điều phối theo chiều dọc và theo chiều ngang
Tăng cường liên kết của các nhóm trồng rau với chính quyền cấp huyện và các viện nghiên cứu	Nâng cấp điều phối theo chiều dọc và nâng cấp thể chế

Nguồn¹⁵

Bước 2 Xác định những giải pháp nâng cấp tiềm năng

(Tiếp)

Ở bước này, cán bộ nghiên cứu nên đưa ra một mô tả ngắn gọn và các lý do cho từng giải pháp nâng cấp. Những chi tiết mang tính kỹ thuật và kinh tế, cũng như logic tác động của các lựa chọn giải pháp khác nhau, có thể giúp ích cho việc đánh giá và ưu tiên các lựa chọn cho bước tiếp theo. Hộp 4 là một ví dụ của bản miêu tả giải pháp nâng cấp và logic tác động, hỗ trợ sản xuất xoài trái vụ, trong chuỗi giá trị xoài ở miền Đông In-đô-nê-si-a.

Những câu hỏi hướng dẫn sau đây có thể giúp trình bày bản mô tả và phân tích cơ sở cho từng giải pháp nâng cấp:

- Cần có những hoạt động và can thiệp nào để thực hiện chiến lược và giải pháp? Đây là những xuất phát điểm trong chuỗi giá trị?
- Logic tác động của chiến lược nâng cấp là gì?
- Những tác động tiềm năng lên năng suất, chi phí sản xuất, giá cả và các lợi nhuận biên là gì? Tác động nào có thể ảnh hưởng tới thu nhập ròng và việc làm cho các tác nhân trong các chuỗi giá trị?
- Chi phí, vốn, lao động và đầu tư đất đai cần có là gì?
- Ai sẽ là người được hưởng lợi chính? Bao nhiêu người có khả năng được hưởng lợi?
- Cần có những kiến thức mới, công nghệ mới và đổi mới gì? Cần áp dụng các thực hành mới nào? Cần tổ chức đào tạo, phát triển năng lực và hỗ trợ kỹ thuật nào?
- Xuất phát điểm của việc nâng cấp là ở đâu? Ai sẽ là những người gây ảnh hưởng chính của đổi mới và ai là người áp dụng chính?
- Những ai có khả năng cung cấp các giải pháp? Các doanh nghiệp dẫn đầu đóng vai trò gì? Các tổ chức và dịch vụ hỗ trợ bên ngoài có vai trò gì? Có thể cải thiện môi trường thúc đẩy như thế nào?

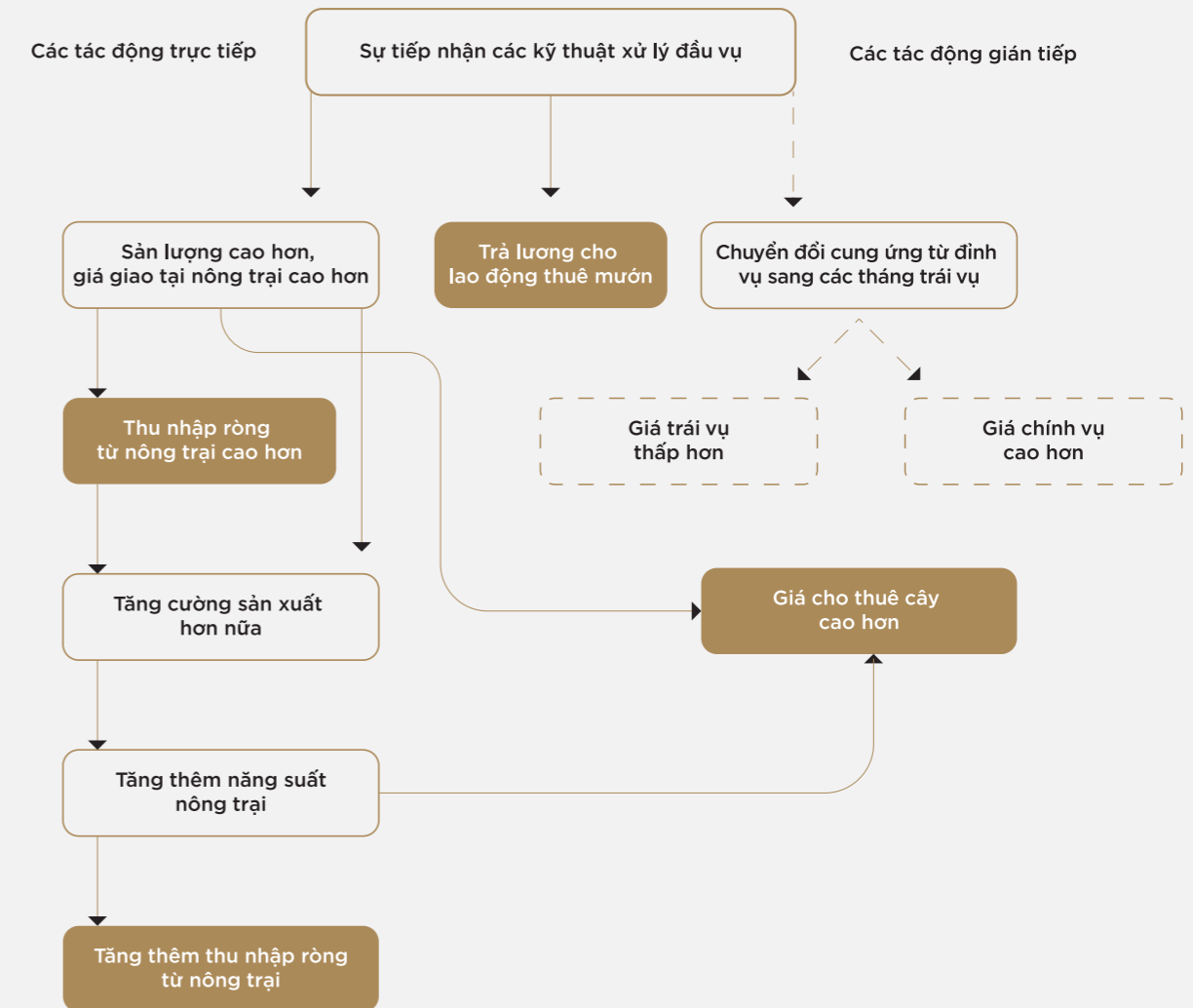
Hộp 4: Mô tả và cơ sở cho giải pháp nâng cấp để thúc đẩy sản xuất trái vụ

Việc áp dụng những kỹ thuật điều chỉnh mùa vụ (như với cây xoài, người ta dùng Paclobutrazol và thuốc diệt nấm để kích thích ra hoa sớm) có thể giúp thu hoạch sớm từ 20 đến 50% tổng sản lượng của cả vụ, khi giá bán rất cao. Trong khi người trồng xoài ở Tây và Trung Java đã quen thì ở Đông Java và Đông Nusa Tenggara (NTB) người trồng còn ít biết đến kỹ thuật này. Các phân tích chuỗi giá trị cho thấy việc điều chỉnh vụ mùa có thể làm tăng rõ rệt sản lượng, giá bán, và lợi nhuận tính theo cây, trong khi đó chi phí thực hiện thấp và trong khả năng tài chính của nhiều nông hộ. Một hộ gia đình có 20 cây, đầu tư 90 đô la Mỹ sẽ tạo ra được thêm thu nhập ròng 300 đô la Mỹ. Cứ mỗi 3000 hộ gia đình, thu nhập trang trại hàng năm có thể tăng lên gần 2 triệu đô la Mỹ.

Hộp 4: Mô tả và cơ sở cho giải pháp nâng cấp để thúc đẩy sản xuất trái vụ

Các hoạt động thực địa đã tập trung vào nâng cao hiểu biết, kiến thức và sự áp dụng của nông dân đã được định hướng tới nhóm người trồng xoài theo định hướng thương mại hóa có từ 20-100 cây. Các công ty hóa chất và người bán nguyên liệu đầu vào cũng hưởng lợi từ sự gia tăng doanh số bán các loại hoạt chất. Đại diện các công ty hóa chất, cán bộ khuyến nông, nhà cung cấp đầu vào và nông dân là những tác nhân chính cung cấp các giải pháp.

Logic về tác động trực tiếp của áp dụng các kỹ thuật xử lý chín sớm nhằm tăng thu nhập nông trại được trình bày tại biểu đồ dưới đây.



Nguồn¹⁶

16. T. Wandschneider, I. Baker, và R. Natawidjaja, Báo cáo cuối cùng: Những cơ hội phát triển thương mại nông nghiệp miền Đông In-đô-nê-si-a - Chuỗi giá trị xoài (AGB-2012-006), Trung tâm Nghiên cứu Nông nghiệp quốc tế Úc, 2013.

Bước 3

Đánh giá tính khả thi và tác động tiềm năng của các lựa chọn nâng cấp

Bước này sẽ đánh giá những chiến lược nâng cấp và giải pháp nâng cấp khác nhau, và ưu tiên các chiến lược và giải pháp có nhiều khả năng cải thiện hiệu quả chuỗi giá trị và sinh kế nhất. Những mô tả và phân tích cơ sở cho các giải pháp nâng cấp trình bày ở Bước 2 sẽ cung cấp thông tin đầu vào cho việc thực hiện bước này. Ngoài ra, sự tham gia của các chuyên gia kỹ thuật và các tác nhân chính liên quan trong quá trình đánh giá có thể đem đến những nhìn nhận sâu sắc, đồng thời để họ có thể làm chủ trong phân tích và kết quả đầu ra.

Trong quá trình đánh giá và xếp hạng ưu tiên có thể sử dụng một bộ tiêu chí mô tả các mục tiêu chính phát triển chuỗi giá trị. Ví dụ, các chiến lược nâng cấp trong nghiên cứu chuỗi giá trị xoài ở miền Đông In-đô-nê-si-a đã được đánh giá dựa trên hai tiêu chí chính: 1. Tiềm năng tăng thu nhập của các hộ mục tiêu; và 2. Tiềm năng thực hiện, nhân rộng và đem lại lợi ích cho nhiều hộ nghèo¹⁶.

Một đánh giá định lượng những lựa chọn khác nhau dựa trên cơ sở phân tích tính lý do và trường hợp kinh doanh được phát triển ở bước 2 có thể được thực hiện thông qua việc sử dụng một bộ tiêu chí hay các câu hỏi hướng dẫn (xem dưới đây). Ngoài ra, cũng có thể sử dụng phương pháp đánh giá theo hệ thống và tính điểm theo tiêu chí cụ thể, áp dụng cho từng giải pháp nâng cấp. Quá trình này cũng tương tự như khi chúng ta lựa chọn các chuỗi giá trị (Công cụ 1). Các tiêu chí có thể được điều chỉnh để lựa chọn các can thiệp nâng cấp, ví dụ như sau:

1. **Sự phù hợp với các nhóm mục tiêu** mô tả số nam giới và phụ nữ trong các nhóm mục tiêu có khả năng hưởng lợi từ việc nâng cấp, và tiềm năng đóng góp vào thu nhập và sinh kế của họ.

2. **Quy mô và tăng trưởng phân khúc thị trường** thể hiện tiềm năng và phạm vi của kênh thị trường hay phân khúc mục tiêu cho việc nâng cấp.

3. **Khả năng cạnh tranh** của các nhóm mục tiêu nói đến khả năng của nhóm mục tiêu trong cạnh tranh về giá và chất lượng. Khả năng cạnh tranh phụ thuộc vào tất cả năm loại hình vốn, bao gồm vốn tự nhiên (số lượng đất đai, loại đất, chất lượng của đất, tiếp cận nguồn nước) và vốn xã hội (các mạng lưới).

4. **Các cơ hội nâng cấp chuỗi** là đặc biệt quan trọng, và nó đề cập tới:

- Tiềm năng cho giải pháp nâng cấp để tăng cường khả năng cạnh tranh và đem lại thu nhập, sinh kế tốt hơn cho các nhóm tiềm năng;
- Khả năng một giải pháp nâng cấp sẽ được áp dụng, dẫn tới thay đổi và đổi mới thực hành cần thiết; và
- Sự góp mặt và năng lực của các doanh nghiệp, tổ chức dẫn đầu cùng những dịch vụ hỗ trợ nhằm nâng cao kiến thức và cải tiến công nghệ với các nhóm mục tiêu.

Nâng cấp sản phẩm và quy trình, với sự phối hợp theo chiều ngang và chiều dọc. Nông dân đóng gói khoai tây ở Mộc Châu, miền Bắc Việt Nam cho các thị trường bán buôn và bán lẻ ở Hà Nội.
Ảnh: Bùi Thị Hằng



Tính khả thi về kỹ thuật là chỉ số chính quyết định liệu một giải pháp nâng cấp có cải thiện được khả năng cạnh tranh và thu nhập hay không. Những công nghệ khả thi, đòi hỏi ít thao tác kỹ thuật khó, thì có thể được phổ biến nhanh chóng hơn vì dễ áp dụng - các chiến dịch quảng cáo thường là không cần thiết. Tuy vậy, có nhiều phương diện khác cần cân nhắc, khi quyết định lựa chọn nâng cấp nào nằm trong khả năng của nhóm tác nhân mục tiêu, và chúng có thể mang lại những lợi ích gì.

Các tài sản và chiến lược sinh kế của những nông hộ nhỏ hay của người nghèo là những yếu tố quan trọng ảnh hưởng đến khả năng tham gia và hưởng lợi từ việc nâng cấp. Vì vậy, một phần chính trong đánh giá các cơ hội nâng cấp là đánh giá xem các giải pháp có dễ tiếp cận, khả thi và đúng với nguyện vọng của những tác nhân quy mô nhỏ, người nghèo, phụ nữ và các nhóm mục tiêu hay không. Điều này sẽ ảnh hưởng trực tiếp đến mức độ áp dụng giải pháp nâng cấp, đổi mới và thành công.

Những câu hỏi hướng dẫn sau có thể giúp đánh giá sự thích hợp của giải pháp nâng cấp với chiến lược và các tài sản sinh kế của nam giới và phụ nữ nghèo trong các nhóm mục tiêu:

- Giải pháp nâng cấp có phù hợp với chiến lược sinh kế và các mục tiêu của hộ gia đình không? Ví dụ, những ưu tiên chính của hộ gia đình về an ninh lương thực, thu nhập phi nông nghiệp, đa dạng hóa thu nhập, việc cải thiện thu nhập từ hoạt động nông nghiệp hay tăng cường định hướng thị trường là gì?
- Giải pháp nâng cấp có phù hợp với những tài sản sẵn có của họ về nhân lực, tài chính, xã hội, cũng như các tài sản vật chất và tự nhiên hay không? Ví dụ:
 - Người nghèo và/hoặc phụ nữ có làm được không? Họ có kiến thức và kỹ năng cần thiết để thực hiện hay vận hành giải pháp đó không? (vốn nhân lực);
 - Người nghèo và/hoặc phụ nữ có khả năng chi trả cho giải pháp nâng cấp đó không? Đầu tư cần thiết cho việc nâng cấp có nằm trong khả năng tài chính của người nghèo không? (vốn tài chính);
 - Người nghèo và/hoặc phụ nữ có thể tiếp cận giải pháp không? Đã có các dịch vụ cần thiết chưa và người nghèo có thể tiếp cận chúng không? (vốn xã hội);
 - Những ai là người đi đầu trong đổi mới ở cộng đồng có thể lãnh đạo và hướng dẫn người khác? (vốn con người và xã hội); và
 - Các cơ chế nào hiện có cho hoạt động tập thể; và khả năng chia sẻ, duy trì cũng như phát triển các kỹ năng và kiến thức theo hình thức tập thể là gì? Có vốn xã hội cần thiết hay không? (vốn con người và xã hội).



Nông dân dân tộc ít người ở Hòa Bình nâng cao thu nhập bằng cách phát triển chuỗi giá trị rau Susu đến các thị trường ở Hà Nội.
Ảnh: ©2009CIAT/NeilPalmer

- Những rủi ro mà việc nâng cấp có thể dẫn tới những hệ lụy không lường trước có hại cho một giới hay một nhóm xã hội nhất định là gì? Ví dụ, có khiến tăng nguy cơ vay nợ hay tăng nhu cầu lao động cho phụ nữ không? Liệu công nghệ mới chỉ dành cho nam giới, hay chỉ những người khá giả hơn mới đủ khả năng chi trả, và gạt bỏ người nghèo và các nhóm thiệt thòi về mặt xã hội ra khỏi chuỗi giá trị?

Ngoài việc tập trung vào các hộ nông dân sản xuất nhỏ, việc đánh giá các giải pháp nâng cấp cũng nên cân nhắc những tác động có thể có đối với nam giới và phụ nữ nghèo tại các khâu khác nhau trong chuỗi giá trị. Ví dụ:

- **Người lao động:** Việc nâng cấp sẽ tạo ra hay giảm bớt các cơ hội việc làm trong chuỗi? Số lượng bao nhiêu? Những kỹ năng yêu cầu là gì? Người nghèo hay phụ nữ có thể tham gia không? Có những cơ hội tiết kiệm sức lao động không?
- **Các doanh nghiệp rất nhỏ, nhỏ và vừa (MSME):** Việc nâng cấp sẽ tác động như thế nào đến những người bán nguyên vật liệu đầu vào, thương lái, người vận chuyển, đại lý và những doanh nghiệp kinh doanh nông sản khác? Họ có là một phần của giải pháp không? Họ sẽ gạt hái được thành công hay nhận về thua thiệt?
- **Người tiêu dùng:** Liệu việc nâng cấp sẽ khiến cho thực phẩm và các sản phẩm rẻ hơn, có chất lượng cao hơn, an toàn hơn, giàu dinh dưỡng hơn cho người tiêu dùng nghèo không?

Cần ưu tiên những giải pháp và các vấn đề có tiềm năng nhất trong việc cải thiện hiệu quả toàn chuỗi và có tác động tích cực trực tiếp tới người nghèo. Trong một số trường hợp, điều này có nghĩa một can thiệp có thể nhắm vào các tác nhân hạ nguồn hoặc những nhà cung cấp dịch vụ bên ngoài. Ví dụ, các thương nhân và nhà xuất khẩu có thể yêu cầu được hỗ trợ để tiếp cận và phát triển những thị trường xuất khẩu mới giá trị cao, và điều này sẽ có lợi cho mọi tác nhân trong chuỗi, hơn là cứ phải tập trung trước tiên vào cấp nông hộ. Ở những ví dụ khác, cải thiện việc tiếp cận với nguồn tài chính có thể đòi hỏi các các tổ chức tài chính, các thương nhân hoặc nhà cung ứng đầu vào phải phát triển được những sản phẩm cung cấp dịch vụ tài chính kiểu mới.

Cũng cần quan tâm tới các tác động của một can thiệp ở một bộ phận của chuỗi nhưng đem lại các tác động cho toàn chuỗi. Ví dụ, khi các tác nhân thương mại hay tác nhân chế biến áp dụng các hệ thống quản lý chất lượng và xử lý sản phẩm mới, thì có thể đòi hỏi người nông dân phải sử dụng hay mua thùng, sọt mới hay phải xử lý sản phẩm thu hoạch theo cách khác với thông thường.

Khi đánh giá các giải pháp và kỹ thuật nâng cấp theo lăng kính giới, có những vấn đề đặc thù cần xem xét (Bảng 4). Các vấn đề này được trình bày trong ví dụ về chuỗi giá trị xuất khẩu quả bơ ở Hộp 5 dưới đây, hoàn cảnh và vị trí của phụ nữ trong gia đình và cộng đồng có ảnh hưởng lớn tới với trở ngại họ gặp phải và các tiếp cận có thể áp dụng cho nâng cấp.

Bảng 4. Những phương diện quan trọng cần xem xét khi lựa chọn các nội dung nâng cấp tiềm năng nhất cho phụ nữ

Vấn đề	Thông tin cần tìm
Liên quan đến phụ nữ về các mặt nhu cầu, lợi ích và năng lực	Nhu cầu, lợi ích và năng lực xử lý công nghệ của phụ nữ khác với nam giới, vì phụ nữ thường chịu trách nhiệm chăm sóc con cái, quán xuyến việc nhà bên cạnh các hoạt động đem lại thu nhập. Vậy nên phụ nữ thường quan tâm đến công nghệ giúp họ tiết kiệm được thời gian và công sức, cũng như những công cụ đơn giản, nhỏ, nhẹ, dễ dùng để sửa chữa mà không phải phụ thuộc vào nam giới.
Bị chống phản đối Bị chủ nhà máy/xưởng phản đối	Sự phản đối của người chống thường là nguyên nhân chính ngăn cản phụ nữ tham gia vào hoạt động đổi mới nông nghiệp hay nâng cấp trong chuỗi giá trị. Điều quan trọng là phải khích lệ và cung cấp cho nam giới đầy đủ thông tin ngay từ giai đoạn lên kế hoạch, bởi họ thường là người ra quyết định trong gia đình. Tương tự, khi giới thiệu công nghệ kỹ thuật mới cho phụ nữ trong các nhà máy chế biến, người chủ là nam giới có thể không biết tới những cơ hội cải thiện năng suất nếu không cân nhắc đến các nhu cầu và ưu tiên của công nhân nữ. Quan trọng là thuyết phục, giải thích cho người ra quyết định rằng giúp đỡ phụ nữ cũng có thể đem lại lợi ích cho nam giới.
Vai trò của các tổ chức địa phương	Xác định các tổ chức giúp liên quan tới những giải pháp và công nghệ nâng cấp (như các hội nông dân) và đàm phán với họ để tạo điều kiện cho phụ nữ tham gia.
Môi trường chính sách đối với bình đẳng giới	Xác định những chính sách nhà nước và chính sách địa phương về nông nghiệp và trao quyền phụ nữ. Thiết kế các can thiệp dựa theo những chính sách liên quan để có được sự đồng thuận.
Sự phổ biến thông qua các mạng lưới xã hội của phụ nữ	Phụ nữ thường tin cậy những thông tin và kiến thức trao đổi giữa phụ nữ với nhau thông qua các mạng lưới xã hội của họ hơn là thông qua các tổ chức chính thức. Do đó, tạo dựng những gương phụ nữ điển hình và tổ chức tập huấn cho các lãnh đạo nữ là điều quan trọng khi phổ biến kỹ thuật.

Hộp 5: Nhận diện những trở ngại về giới đối với việc nâng cấp: Trường hợp chuỗi giá trị xuất khẩu cà phê ở Kenya

Hỗ trợ người sản xuất là nữ giới nâng cấp từ chuỗi giá trị địa phương sang chuỗi giá trị mang tính thương mại hóa là giải pháp hứa hẹn mang lại những thành quả phát triển bình đẳng giới. Tuy nhiên, cần tìm hiểu rõ các trở ngại về xã hội cũng như kinh tế mà phụ nữ gặp phải khi tiến hành nâng cấp. Tác giả Oduol và các đồng sự đã có một phân tích khá sâu sắc về giới trong chuỗi giá trị xuất khẩu cà phê ở Kenya¹⁷. Phụ nữ ở đây thường trồng giống cà phê địa phương và đem bán tại vùng. Họ chỉ gặp một vài rào cản khi tham gia vào chuỗi giá trị nói trên, nhưng lợi nhuận họ thu được còn rất hạn chế. Nếu muốn trồng các giống cà phê ngoại để xuất khẩu thì họ cần có nguồn lực tài chính cũng như khả năng tiếp cận các tổ chức nông hộ thường do nam giới chiếm đa số và/hoặc những người môi giới (thường là nam giới) có liên hệ với các nhà xuất khẩu. Họ có các trở ngại khác nhau tùy thuộc vào đặc điểm gia đình của họ, đó là hộ có chủ hộ là nam giới và do nam giới quản lý, hộ có nam giới làm chủ hộ nhưng do phụ nữ quản lý và hộ do phụ nữ làm chủ hộ. Ví dụ, phụ nữ trong các hộ gia đình có chủ hộ là nam giới có thể tiếp cận với các tổ chức nông dân thông qua chồng mình, nhưng họ phải bàn bạc với chồng khi đầu tư vào các giống xuất khẩu. Phụ nữ trong các hộ do phụ nữ làm chủ hộ thì có quyền tự quyết và kiểm soát được các nguồn lực. Trong trường hợp này, họ gặp nhiều trở ngại về kinh tế hơn là về xã hội. Các tác giả này đã đề xuất nhiều chiến lược nâng cấp khác nhau cho những nhóm phụ nữ khác nhau. Báo cáo nghiên cứu này hết sức chi tiết và rất nên tham khảo đối với những ai quan tâm đến việc lồng ghép giới vào phân tích chuỗi giá trị.

Nguồn¹⁷

Bước 4

Mô tả chiến lược nâng cấp và các hoạt động can thiệp

Sau khi đã lựa chọn được những giải pháp nâng cấp triển vọng nhất, thì bước tiếp theo là mô tả chi tiết hơn về chiến lược nâng cấp và các hoạt động can thiệp. Những kế hoạch thực hiện nâng cấp này nên cung cấp thông tin trả lời các câu hỏi hướng dẫn sau:

- Các giải pháp và chiến lược nâng cấp nào sẽ được kết hợp thực hiện?
- Các hoạt động can thiệp là gì? Trình tự của việc thực hiện là gì?
- Những kết quả dự kiến về mặt kỹ thuật, chuỗi giá trị và sinh kế là gì?
- Các nhóm mục tiêu và người được hưởng lợi là những ai?
- Cần phải phát triển những kiến thức, kỹ năng và công nghệ kỹ thuật nào?
- Quá trình đổi mới, áp dụng công nghệ và thay đổi thực hành là gì?
- Kiến thức, kỹ năng và/hoặc dịch vụ sẽ được cải thiện hay được cung cấp như thế nào? Do ai? Chúng sẽ được chi trả như thế nào?

17. J. B. A. Oduol và đồng tác giả., 'Sự tham gia của phụ nữ vào các chuỗi hàng tiêu dùng nông nghiệp giá trị cao ở Kenya: Những chiến lược nhằm rút ngắn khoảng cách về giới', *Tạp chí Nghiên cứu Nông thôn*, tập. 50, 2017, trang. 228-239.

- Ai là những tác nhân thay đổi chính? Khối tư nhân, chính quyền địa phương và các tổ chức, đơn vị dịch vụ hỗ trợ khác có vai trò gì trong việc cung cấp giải pháp?
- Các quá trình mở rộng quy mô và nhân rộng mô hình là gì?
- Có những nguy cơ và điểm yếu nào?

Hộp 6 dưới đây trình bày tóm lược các hành động can thiệp nhằm tạo điều kiện sản xuất xoài chín sớm trong nghiên cứu chuỗi giá trị xoài ở miền Đông In-đô-nê-si-a.

Hộp 6: Tóm lược các hành động can thiệp để tạo điều kiện sản xuất xoài chín sớm

Nghiên cứu chuỗi giá trị xoài ở miền Đông In-đô-nê-si-a mô tả ba can thiệp để nâng cao kiến thức và kỹ năng cần thiết nhằm tạo điều kiện cho sản xuất xoài chín sớm. Đó là:

a. Những thử nghiệm trình diễn - thực hiện một loạt các thử nghiệm tại nông trại cùng với sự tham gia của nhiều nông dân trồng xoài, người thu gom, thương lái và sự hỗ trợ của nhân viên kinh doanh hóa chất và cán bộ khuyến nông nhằm giải quyết các trở ngại gặp phải khi áp dụng các kỹ thuật điều chỉnh mùa vụ.

b. Tham quan học hỏi kiến thức - tới những huyện được chọn ở Trung và Tây Java, nơi người nông dân trồng xoài đang áp dụng thành công các kỹ thuật chín sớm. Việc lựa chọn thành phần tham gia cần hướng đến những người trồng và các thương lái nhanh nhậy trong việc áp dụng và là người có ảnh hưởng trong các cộng đồng của họ ở Đông Java.

c. Các sản phẩm thông tin và tập huấn - Cung cấp các thông tin thông qua công ty hóa chất và mạng lưới kinh doanh của các bên cung cấp đầu vào. Đồng thời, tổ chức các khóa tập huấn (được hỗ trợ về kinh phí) về kỹ thuật xử lý chín sớm cho nông dân và thương lái địa phương, phối hợp cùng nhân viên thực địa của công ty hóa chất.

Về mặt giới, đa số các hoạt động thượng nguồn (upstream) trong chuỗi giá trị xoài là do nam giới thực hiện. Những chiến lược nâng cấp hướng tới phụ nữ cần tập trung vào công đoạn chế biến xoài và bán lẻ, đặc biệt trong những thị trường đòi hỏi chất lượng cao, cũng là nơi mà phụ nữ tham gia nhiều hơn. Nâng cấp các hệ thống quản lý chất lượng cũng sẽ mang lại nhiều cơ hội việc làm hơn cho phụ nữ trong toàn chuỗi.

Nguồn¹⁸

18. T. Wandschneider, I. Baker, và R. Natawidjaja, Báo cáo cuối cùng: *Những cơ hội phát triển thương mại nông nghiệp miền đông In-đô-nê-si-a - Chuỗi giá trị xoài* (AGB-2012-006), Trung tâm Nghiên cứu Nông nghiệp quốc tế Úc, 2013.

Bước 4 Mô tả chiến lược nâng cấp và các hoạt động can thiệp

(Tiếp)

Phải xem xét cẩn thận về trình tự logic của các can thiệp. Ví dụ, không nhất thiết phải phát triển chứng chỉ rau an toàn để cung cấp cho các thị trường bán lẻ hiện đại, nếu sản lượng quá nhỏ và không đồng nhất, đồng thời giống và chất lượng của các hộ sản xuất nhỏ không phù hợp. Người nông dân trước hết phải thực hiện các hoạt động về nông học như giống, sử dụng hóa chất và quản lý sau thu hoạch trước khi thực hiện các hoạt động phức tạp hơn như ghi chép thông tin, thao tác theo quy trình tiêu chuẩn (SOPs) và được cấp chứng nhận. Cần sắp xếp theo một trình tự logic những can thiệp mang tính kỹ thuật, cũng như liên quan tới con người (ví dụ như kiến thức và kỹ năng), xã hội (như quản trị và phối hợp theo chiều dọc và theo chiều ngang), cơ chế (như tạo môi trường thuận lợi, các dịch vụ, chính sách hỗ trợ).

Các quá trình học hỏi và đổi mới là một phần cơ bản của việc nâng cấp chuỗi giá trị. Bàn kế hoạch nâng cấp cần mô tả rõ quá trình nông hộ nhỏ và các tác nhân khác tiếp thu kiến thức và kỹ năng cần thiết như thế nào. Cơ chế nào được áp dụng để hỗ trợ việc áp dụng công nghệ kỹ thuật mới và thực hành tiên tiến. Ai sẽ cung cấp những dịch vụ này? Cần đặc biệt chú ý xem phụ nữ có thể được tham gia vào các quá trình đổi mới và hoạt động nâng cấp như thế nào. Bảng 5 sẽ trình bày một vài ví dụ liên quan.

Bảng 5. Những lưu ý để đưa phụ nữ vào các hoạt động nâng cấp kiến thức và kỹ năng

Phát triển kiến thức và kỹ năng	Lưu ý về giới
Nâng cấp và đào tạo kỹ năng về kỹ thuật	Xác định các kỹ năng về mặt kỹ thuật phù hợp với phụ nữ và đảm bảo rằng việc đào tạo được tổ chức tại địa điểm, thời gian thuận tiện cho phụ nữ để tiếp cận. Tránh tổ chức vào các buổi sáng vì họ thường bận. Nên có sự tham gia của giảng viên là nữ, và sử dụng ngôn từ dễ hiểu đối với phụ nữ.
Trình diễn	Đảm bảo phụ nữ (và nam giới) không chỉ cung cấp nhân công mà còn khuyến khích họ đóng góp ý kiến và quan điểm của mình trong các thử nghiệm trình diễn và trong quá trình đánh giá và quản lý có sự tham gia.
Tham quan học hỏi	Tốt nhất khi tham gia thì phụ nữ nên gắn kết với những phụ nữ khác để chia sẻ các vấn đề và ý tưởng cụ thể. Điều này sẽ khuyến khích phụ nữ áp dụng những đổi mới, cải tiến.

Bảng 5. Những lưu ý để đưa phụ nữ vào các hoạt động nâng cấp kiến thức và kỹ năng (tiếp)

Phát triển kiến thức và kỹ năng	Lưu ý về giới
Cải thiện các kỹ năng doanh nghiệp	Lưu ý phát triển các kỹ năng về kinh doanh, tài chính và tiếp thị đối với các hoạt động doanh nghiệp phi chính thức ở quy mô nhỏ, là nơi thường tập trung đông phụ nữ.

Nâng cấp liên chuỗi. Sản xuất hồ tiêu phổ biến ở miền Trung Việt Nam do lợi nhuận cao. Một số nông dân đã dịch chuyển từ trồng cà phê sang hồ tiêu. Ảnh: Phạm Thị Hạnh Thơ



Doanh nghiệp dẫn đầu, các tác nhân khác trong chuỗi hay những nhà cung cấp dịch vụ bên ngoài có thể cung cấp những dịch vụ hỗ trợ như là một phần của giải pháp dựa trên nền tảng thị trường. Ví dụ, một công ty thương mại hay công ty chế biến sản phẩm nông nghiệp quốc tế có thể cung cấp hỗ trợ kỹ thuật, đào tạo, đầu vào, hoặc trang thiết bị cho những nông dân được ký hợp đồng. Tuy vậy, các viện nghiên cứu, Chính, các tổ chức phi Chính, tổ chức phát triển, các hợp tác xã và các tổ chức công nghiệp cũng là những tác nhân quan trọng trong cung cấp các dịch vụ khuyến nông, đào tạo nghề, dịch vụ tài chính và hỗ trợ kỹ thuật.

Trong nhiều chuỗi giá trị nông nghiệp, việc thiếu hoặc yếu kém của các dịch vụ hỗ trợ tạo ra nhiều rào cản trong nâng cấp. Vì thế, khi cân nhắc ai sẽ triển khai các giải pháp nâng cấp, điều quan trọng là cần đánh giá khả năng tiếp cận, chất lượng và sự phù hợp của các dịch vụ cũng như các nhà cung cấp dịch vụ đối với người nghèo hay những nhóm mục tiêu khác. Trên thực tế, nâng cao kỹ năng cho các bên cung cấp dịch vụ hỗ trợ, chẳng hạn như cho các cán bộ khuyến nông địa phương, thường là nội dung cần thiết cho nâng cấp chuỗi.

Các quy trình có nhiều tác nhân khác nhau tham gia (như các nhóm, các đối tác, các mạng lưới) đang được sử dụng ngày càng nhiều để thúc đẩy các đổi mới và nâng cấp bao trùm trong phát triển chuỗi giá trị. Các quy trình này đặt mục tiêu nâng cao sự tham gia của các hộ nhỏ vào các mạng lưới của các tác nhân doanh nghiệp, Chính, nghiên cứu, và phát triển. Thực tế cho thấy, trong khi những quy trình này có thể nâng cao khả năng tham gia vào thị trường của các hộ nhỏ, thì tính hiệu quả của chúng vẫn còn hạn chế bởi các yếu tố như cơ cấu, thời gian và bối cảnh thể chế của chuỗi giá trị¹⁹.



Cải tiến sản xuất quản lý bò thịt bằng thức ăn phù hợp và chăn nuôi trong chuồng đã giúp tăng hiệu quả và nâng cao thu nhập cho người nông dân ở Đắk Lắk, Việt Nam.
Ảnh: ©2014CIAT/GeorginaSmith

19. C. Kilelu và đồng tác giả., 'Nâng Cấp Chuỗi Giá Trị và đưa Nông Hộ Nhỏ Tham Gia vào Thị Trường', *Tạp chí nghiên cứu phát triển châu Âu*, tập. 29, số. 5, 2017, trang. 1102-1121.



Nâng cấp sản phẩm và quy trình.
Việc sử dụng các giống tốt hơn và cấy ghép cây con
giúp cải thiện chất lượng rau cho các hộ nông dân nhỏ
ở Mộc Châu, miền Bắc Việt Nam.
Ảnh: Bùi Thị Hằng



Nâng cấp sản phẩm. Cà phê được phơi nắng trên giá đỡ ở làng Benteng Alla tại Sulawesi giúp nông dân kiểm soát chất lượng tốt hơn, phục vụ cho các thị trường đặc sản.
Ảnh: Derby Sumule

Danh Sách Tài Liệu Tham Khảo

Các Khái Niệm trong Chuỗi Giá Trị

Das, P.K., và Hamp, M., *Số hóa cho các chuỗi giá trị nông nghiệp tại Trung Quốc và Ấn Độ: những ví dụ thực tế về các giải pháp dựa trên phần mềm dành cho nhà sản xuất hộ nhỏ lẻ*, Hiệp hội tín dụng nông nghiệp và nông thôn Châu Á Thái Bình Dương (APRACA), Thái Lan: Bangkok, 2019.

Devaux, A., Torero, M., Donovan, J. và Horton, D., *Đổi mới để phát triển chuỗi giá trị bao trùm: Thành công và thử thách, xuất bản lần thứ nhất.*, Washington, DC, Viện nghiên cứu Chính sách Lương thực Quốc tế, 2016.

Eerdewijk, A.V., Wong, F., Vaast, C., Newton, J., Tyszler, M. và Pennington, A., *Một khái niệm mô hình về trao quyền cho phụ nữ và trẻ em gái*, Amsterdam, KIT Viện Nhiệt đới Hoàng gia, 2017.

FAO, *Phân tích nhạy cảm giới đối với chuỗi giá trị*, Phần I, Rome, 2018.

FAO, *Hệ thống lương thực bền vững. Khái niệm và Khung lý thuyết*, Tổ chức Nông lương Liên Hợp Quốc, 2018, <http://www.fao.org/3/ca2079en/CA2079EN.pdf>, (tháng 5, 2020).

FAO, *Giải quyết nghèo đói thông qua đổi mới kỹ thuật số*, Tổ chức Nông lương Liên Hợp Quốc, tháng Tám 2018, <http://www.fao.org/3/ca1040en/CA1040EN.pdf>.

FAO, *Tương lai của nông nghiệp và lương thực: Các xu thế và thách thức*, Tổ chức Nông lương Liên Hợp Quốc, Rome, 2017, <http://www.fao.org/3/a-i6583e.pdf>.

Grootaert, C., Bastelaer, T.V., Grootaert C. và Bastelaer T.V., *Tim hiểu và Định giá Vốn xã hội. Một công cụ đa năng cho người thực hành*, Washington, D.C., Ngân hàng Thế Giới, 2002.

Guidi, D., 'Doanh nghiệp nông nghiệp bền vững: các chiến lược cạnh tranh nhằm hỗ trợ các chuỗi giá trị bao trùm tiểu nông hộ trong công cuộc giảm nghèo nông thôn', *Bài Thảo luận số 53*, Đại học Harvard: Trung tâm Phát triển Quốc tế, tháng Mười 2011.

Horton, D., Donovan, J., Devaux, A. và Torero, M., 'Đổi mới vì sự phát triển chuỗi giá trị bao trùm: Những điểm nổi bật', Trong: A. Devaux và các đồng tác giả. (Eds), *Đổi mới vì sự phát triển chuỗi giá trị bao trùm: những thành công và thách thức*, xuất bản lần thứ nhất, Washington, DC: Viện Nghiên cứu Chính sách Lương thực Quốc tế, 2016, trang 3 - 37.

Humphrey, J. và Schmitz, H., *Doanh nghiệp ở các nước đang phát triển trong nền kinh tế thế giới: Quản trị và nâng cấp trong các chuỗi giá trị toàn cầu*, Báo cáo INEF 61, Viện Phát triển và Hòa Bình, Đại học Duisburg, 2002, trang. 18-35, https://www.researchgate.net/publication/320427730_Developing_Country_Firms_in_the_World_Economy_Governance_và_Upgrading_in_Global_Value_Chains.

Jones, L., *Trao quyền cho phụ nữ và các hệ thống thị trường: Các khái niệm, hướng dẫn thực hành và các công cụ (Khuôn khổ WEAMS)*, The BEAM Exchange, 2016, trang. 7-8, https://beamexchange.org/uploads/filer_public/Od/50/Od5009be-faea-4b8c-b191-c40c6bde5394/weams_framework.pdf.

Kabeer, N., 'Nguồn lực, tính chủ thể, thành tựu: Nhìn lại cách đo lường về trao quyền cho phụ nữ'. *Phát triển và thay đổi*, tập. 30, 1999, trang. 435-464.

Kabeer, N., 'Bình đẳng giới, phát triển kinh tế, và tính chủ thể của nữ giới: Sự "đa dạng vô tận" và "sự tương đồng đơn điệu" của trở ngại của xã hội gia trường', *Kinh tế nữ quyền*, tập. 22, số. 1, 2016, trang. 295-321.

Kaplinsky, R. và Morris, M., A., *Sổ tay nghiên cứu Chuỗi Giá Trị*, Brighton, Viện Nghiên cứu Phát triển: Đại Học Sussex, 2001.

Lundy, M., Becx, G., Zamierowski, N., Amrein, A., Hurtado Bermúdez, J.J., Mosquera Echeverry, E.E. và Rodríguez, F., *Phương pháp luận KẾT NỐI: Hướng dẫn chung về các mô hình kinh doanh kết nối các hộ tiểu chủ với thị trường*, bản 2.0, Cali, Colombia: Trung tâm quốc tế về Nông nghiệp nhiệt đới, 2014.

USAID, *Marketlinks: Các giải pháp nâng cấp, Cơ quan Phát triển Quốc tế của Hoa Kỳ*, <https://www.marketlinks.org/good-practice-center/value-chain-wiki/typesupgrading>, (tháng 5, 2020).

Meinzen-Dick, R., Behrman, J.A., Pvaolfelli, L., Peterman, A. và Quisumbing, A.R., Giới và vốn xã hội phục vụ phát triển nông nghiệp, trong: *Giới trong Nông Nghiệp*, Dordrecht, Springer, 2014, trang. 235-266.

Mitchell, J., Coles, C. và Keane, J., *Nâng cấp theo các chuỗi giá trị: Những chiến lược giảm nghèo ở châu Mỹ Latin*, Bản tóm tắt, Viện Phát triển Hải ngoại, tháng Mười Hai 2009.

Porter, M.E., *Lợi thế cạnh tranh: Tạo dựng và duy trì Năng suất vượt trội*, New York: Nhà xuất bản Tự do (Free Press), 1985 (Tái bản năm 1998 với lời giới thiệu mới).

Kaplinsky, R., 'Toàn cầu hóa và sự bất bình đẳng: Có thể học được những gì từ Phân tích Chuỗi giá trị', *Tạp chí Nghiên cứu phát triển*, tập. 37, số. 2, 1999, trang. 117-146.

Reardon, T. và Timmer, P., Các nhà Kinh tế học của cuộc cách mạng hệ thống lương thực', *Đánh giá thường niên về tài nguyên kinh tế*, 2012, số 4, trang. 225-264.

Reardon, T., Chen, K., Minten, B. và Adriano, L., *Cuộc cách mạng thâm lạng trong các chuỗi giá trị thực phẩm cơ bản: gia nhập nhóm rồng, voi và hổ*, thành phố Mandaluyong, Philippines và Washington, DC: Ngân hàng Phát triển châu Á và Viện Nghiên cứu Chính sách Lương thực Quốc tế, 2012.

Sen, T. P. và cộng sự., Phân tích Chuỗi giá trị, Điều tra hộ gia đình và các kết quả thử nghiệm nông học ở Sơn La, Việt Nam, *Thảo luận Chương trình Các chuỗi giá trị cây sắn số 1*, Trung tâm Nghiên cứu Nông nghiệp Quốc tế Úc (ACIAR), 2018.

Phụ nữ Liên Hợp Quốc (UN Women), *Lồng ghép giới. Khái niệm và định nghĩa*. Cơ quan Liên Hợp Quốc về bình đẳng giới và trao quyền cho phụ nữ. <https://www.un.org/womenwatch/osagi/conceptsvaefinitions.htm>

UNIDO, *Phát triển Chuỗi giá trị vì người nghèo: 25 Câu hỏi hướng dẫn để Thiết kế và Thực hiện các Dự án Công nghiệp chế biến*, Tổ chức Phát triển Công nghiệp Liên Hợp Quốc, Vienna, Austria, 2011, https://www.unido.org/sites/default/files/2011-12/Pro_poor_value_chain_development_2011_0.pdf.

Danh Sách Tài Liệu Tham Khảo

Các Phương Pháp Nghiên Cứu và Thu Thập Dữ Liệu

Trung tâm Nghiên cứu Nông nghiệp Quốc tế Úc, *Dữ liệu thu thập qua Di động*, <https://co-lab.aciar.gov.au/mad/>

Bộ Ngoại Giao và Thương Mại Úc (DFAT), *Ghi chú Hướng dẫn Vận hành về Bình đẳng giới và trao quyền kinh tế cho phụ nữ trong lĩnh vực nông nghiệp*, 2015. <https://www.dfat.gov.au/sites/default/files/operational-guidance-note-gender-equality-và-womens-economic-empowerment-in-agriculture.pdf>

Belton, B., Filipski, M., và Hu, C., *Nuôi trồng thủy sản ở Myanmar: Công nghệ nông trại cá, quản lý và kinh tế sản xuất*. Tài liệu nghiên cứu 52. Dự án chính sách an ninh thực phẩm (FSPP), 2017, <http://ebrary.ifpri.org/utils/getfile/collection/p15738coll2/id/132424/filename/132632.pdf>

da Silva, C.A. và de Souza Filho, H.M., *Hướng dẫn đánh giá nhanh hiệu suất chuỗi nông sản ở các nước đang phát triển*, Tổ chức Nông lương Liên hợp quốc, Rome, 2007, <http://www.fao.org/3/a1475e/a1475e00.pdf>

Denzin, K, N., *Đạo luật nghiên cứu: Giới thiệu lý thuyết về các phương pháp xã hội học*. New Jersey, Nhà xuất bản Giao dịch, 1973.

Ủy ban Châu Âu., *Bộ công cụ dành cho Giới tính trong Nghiên cứu được tài trợ bởi Ủy ban Châu Âu*, Ủy ban Châu Âu, Tổng cục Nghiên cứu và Cải tiến, 2011, https://www.ki.si/fileadmin/user_upload/KINA24840ENC_002.pdf

Meiyang, H. và cộng sự., 'Giao thương xuyên biên giới sản phẩm xoài giữa Trung Quốc và Việt Nam: Kết quả nghiên cứu từ báo cáo Yếu tố đánh giá nhanh thị trường', *Thách thức và cơ hội để đáp ứng yêu cầu thị trường xoài Trung Quốc (AGB/2016/07)*, tháng Mười 2019. http://apmangonet.org/wp-content/uploads/2019/10/8.5-MM-Cross-Border-Study_China.pdf

Miehlbradt, A. và Jones, L., *Nghiên cứu thị trường cho các sáng kiến chuỗi giá trị*, MEDA, tháng 12, 2007, <http://www.fao.org/3/a-at402e.pdf>

Njuki, J., 'Báo cáo thực tế: Các yếu tố chủ đạo trong việc lồng ghép yếu tố giới tính vào dự án nghiên cứu và phát triển nông nghiệp', *Tạp chí An toàn Giới tính, Nông nghiệp và Thực phẩm*, quyển. 1, số. 3, 2016, trang. 104-108.

ODI, *Công cụ nghiên cứu: thảo luận nhóm tập trung*, ODI, 2009, <https://www.odi.org/publications/5695-research-tools-focus-group-discussion>

Wandschneider, T., Baker, I., và Natawidjaja, R., *Báo cáo cuối cùng: Cơ hội Phát triển Kinh doanh Nông nghiệp ở miền Đông In-đô-nê-si-a - Chuỗi Giá Trị Sản Phẩm Xoài' (AGB-2012-006)*, Trung tâm Nghiên cứu Nông nghiệp Quốc tế Úc, 2013, [https://eiado.aciar.gov.au/sites/default/files/Wandschneider\(2013\)East-ernIn-đô-nê-si-aAgribusinessDevelopmentOpportunitiesAnalysisMangoValueChains_ACIAR.pdf](https://eiado.aciar.gov.au/sites/default/files/Wandschneider(2013)East-ernIn-đô-nê-si-aAgribusinessDevelopmentOpportunitiesAnalysisMangoValueChains_ACIAR.pdf)

Sắp Xếp Thứ Tự Ưu Tiên Các Chuỗi Giá Trị

Acia, *Cơ hội Phát triển Kinh doanh Nông nghiệp miền Đông In-đô-nê-si-a - đánh giá về kinh tế xã hội và sắp xếp ưu tiên các hàng hóa đầu ngành*, Báo cáo cuối cùng, Trung tâm Nghiên cứu Nông nghiệp Quốc tế

Úc (ACIAR), 31 tháng 7, 2012, https://ei-ado.aciar.gov.au/commodity-selection/commodity-prioritisation.html#quycktabs-tabs_commodity_prioritisation=1

Trung tâm Nghiên cứu Nông nghiệp Quốc tế Úc (ACIAR) - Cơ hội Phát triển Kinh doanh Nông nghiệp miền Đông In-đô-nê-si-a (EI-ADO), <https://ei-ado.aciar.gov.au/>

Biénabe, E. và cộng sự., (eds), *Tái kết nối thị trường - Thực hành cải tiến toàn cầu trong việc kết nối nhà sản xuất quy mô nhỏ với thị trường thực phẩm năng động*, Luân Đôn, Gower, Chuỗi Thực phẩm Bền vững Gower, trang. 208.

FAO, 'Phân tích thị trường và chuỗi giá trị của một số ngành được lựa chọn cho hoạt động đa dạng hóa kinh tế nông thôn và trao quyền kinh tế cho phụ nữ', Tổ chức Lương thực và Nông nghiệp của Liên Hợp Quốc (FAO), Budapest, 2018, <http://www.fao.org/3/18909EN/i8909en.pdf>

Herr, M. và cộng sự., 'Giải thích Khái niệm. Hướng dẫn Phân tích và Phát triển Chuỗi Giá Trị', Geneva, ILO, 2006, trang. EC-1-EC-23, được trích dẫn trong <https://www.marketlinks.org/good-practice-center/value-chain-wiki/upgrading-overview>

Jones, L., 'Khái niệm Khung Trao quyền cho Phụ nữ và Hệ thống Thị trường, hướng dẫn và công cụ thực tế', 2016, <https://beamexchange.org/resources/794/>.

Senders, A., Lentink, A., Vanderschaeghe, M. và Terrillon, J., 'Giới tính trong chuỗi giá trị - Bộ công cụ thực tế để lồng ghép quan điểm giới tính trong hoạt động phát triển chuỗi giá trị nông nghiệp', *Agri-ProFocus*, 2014, https://agriprofocus.com/upload/ToolkitENGgender_in_Value_ChainsJan2014compressed1415203230.pdf

Stoian, D. và cộng sự., 'Phát triển chuỗi giá trị để giảm nghèo vùng nông thôn: kiểm tra thực tế và cảnh báo', *Phát triển Doanh nghiệp và Tài chính vi mô*, tập. 23, số. 1, 2012, trang. 54-69.

Lập Sơ Đồ Chuỗi Giá Trị

CARE Quốc Tế, *Phân tích giới nhanh cho dự án Xoài*, (ACIAR AGB/2012/061) ,2019, <https://genderinagr.files.wordpress.com/2019/01/sra-gender-analysis-in-mango-project.pdf>

Kawarazuka, N., *Quan hệ giới, động lực gia đình và hướng tiếp cận giới với an ninh lương thực giữa những người Mijikenda vùng ven biển Kenya*, Luận văn tiến sĩ. Vương Quốc Anh, Đại Học Đông Anglia, 2015.

Lundy, M., Becx, G., Zamierowski, N., Amrein, A., Hurtado Bermúdez, J.J., Mosquera Echeverry, E.E. và Rodríguez, F., *Phương pháp LINK: Hướng dẫn có sự tham gia về các mô hình kinh doanh liên kết nông hộ và thị trường*, Bản 2.0. Cali, Trung Tâm Nghiên Cứu Nông Nghiệp Nhiệt Đới (CIAT), 2012.

Manivong, V. và cộng sự., 'Phân tích chuỗi giá trị, Điều Tra Hộ Gia Đình và Kết quả Thử Nghiệm Nông Học tại Cộng Hòa Dân Chủ Nhân Dân Lào', *Tài liệu Thảo Luận*, số. 5, tháng 7, 2018. <http://cassavavaluechains.net/wpcontent/uploads/2018/07/discussion-paper-number-5-2.pdf>

Newby J. và Cramb, R., 'Phát triển liên kết chuỗi giá trị nhằm cải thiện hoạt động sản xuất sản tại các nông hộ nhỏ, tại Đông Nam Á', *Tài liệu thảo luận* số. 3, Tháng Năm, 2018.

Danh Sách Tài Liệu Tham Khảo

Quản Trị

Moustier, P., Tam, P.T.G., Anh, D.T., Binh, V.T. và Loc, N.T.T., 'Vai trò của tổ chức nông dân trong siêu thị cung ứng các sản phẩm chất lượng tại Việt Nam'. *Chính sách lương thực*, tập. 35, số. 1, 2010, trang. 69-78.

Gereffi, G., Humphrey, J. và Sturgeon, T., 'Quản trị Chuỗi Giá Trị toàn cầu'. *Đánh giá kinh tế chính trị quốc tế*, tập. 12, số. 1, 2005, trang. 78-104.

Hành động vì Doanh Nghiệp (Action for Enterprises), *Tài Liệu Nghiên cứu - Chu kì 1: Định nghĩa các công ty đầu ngành và nguyên tắc điều hành*, FIELD Nhóm Điều Hành, 2008, <http://www.actionforenterprise.org/field1.pdf>

Fulponi, L., 'Toàn cầu hóa và tiêu chuẩn riêng và hệ thống thực phẩm nông nghiệp'. trong: *Các Chuỗi Cung Ứng Toàn Cầu*, Tiêu Chuẩn và Người Nghèo (ed.) J.F.M Swinnen. 2007, trang. 5- 18, https://www.researchgate.net/publication/240638074_Global_Supply_Chains_Standards_and_the_Poor

Henson S., và Reardon, T., 'Tiêu chuẩn thực phẩm nông nghiệp tư nhân: ý nghĩa đối với chính sách hệ thống thực phẩm và hệ thống thực phẩm nông nghiệp', *Tạp chí Chính sách lương thực*, tập. 30, 2005, trang. 241-253.

Tổ chức Lương thực và Nông nghiệp Liên Hiệp Quốc (FAO), Ủy ban Tiêu chuẩn Thực phẩm Quốc tế, Tổ chức Lương thực và Nông nghiệp Liên Hiệp Quốc (FAO) và Tổ chức Y tế Thế giới (WHO), <http://www.fao.org/fao-who-codexalimentarius/about-codex/en/>

Vandemoortele T., và Deconinck, K., 'Khi các tiêu chuẩn riêng khắt khe hơn các tiêu chuẩn công cộng?', *Tạp Chí Kinh Tế Nông Nghiệp Mỹ*, Hiệp hội kinh tế nông nghiệp và ứng dụng, tập. 96, số. 1, 2014, trang. 154-171.

Kawarazuka, N., Béné C. và Prain, G., 'Thích nghi với môi trường đô thị hóa mới: chiến lược giới của người bán hàng rong tại Hà Nội', *Môi Trường & Đô Thị Hóa*, tập. 30, số. 1, 2018, trang. 233-248.

Liên Kết, Quyền Lực và Sự Tin Tưởng

Dallas, M., Ponte S. và Sturgeon, T., 'Quyền lực trong chuỗi giá trị toàn cầu', *Đánh giá về kinh tế chính trị quốc tế*, tập 26, số 4, 2019, trang. 666-694, <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/09692290.2019.1608284>

Dallas, M., Ponte, S. và Sturgeon, T., 'Một loại hình quyền lực trong chuỗi giá trị toàn cầu', *Tài liệu về Kinh doanh và Chính trị* 92, Trường Kinh doanh Copenhagen, 2007, <https://openarchive.cbs.dk/bitstream/handle/10398/9503/DBP%20Working%20Paper%202092.pdf?sequence=4>

Dyer, J.H. và Singh, H., 'Quan điểm quan hệ: Chiến lược hợp tác và nguồn của lợi thế cạnh tranh tổ chức', trích dẫn từ J. Reuer (Ed), *Liên minh chiến lược. Lý thuyết và bằng chứng*, Oxford, Nhà xuất bản Đại học Oxford, 2004.

Fritz M. và Fischer, C., 'Vai trò của sự tin cậy trong chuỗi thực phẩm châu Âu: Lý thuyết và Kết quả thực nghiệm', *Đánh giá quản lý kinh doanh nông sản và thực phẩm quốc tế*, tập 10, số. 2, 2007, <https://EconPapers.repec.org/RePEc:ags:ifaamr:8185>.

Grabs, J. và Ponte, S., 'Sự phát triển của quyền lực trong chuỗi giá trị cà phê toàn cầu và mạng lưới sản xuất', *Tạp chí Địa lý kinh tế*, tập 19, số 4, tháng 7 năm 2019, trang. 803-828, <https://doi.org/10.1093/jeg/lbz008>

Kawarazuka, N., Béné C. và Prain, G., Thích nghi với môi trường đô thị hóa mới: các chiến lược giới của người bán rong tại Hà Nội', *Môi trường & Đô thị hóa*, tập 30, số 1, 2018, trang. 233-248.

Riddalls, C.E., 'Định lượng Ảnh hưởng của sự tin cậy vào chuỗi cung ứng trong thời gian khuyến mại', *Tạp chí quốc tế về hậu cần*, tập. 5, số 3, 2010, trang. 257-274.

Ruel, S., Ouabouch, L. và Shaaban, S., 'Sự không chắc chắn của chuỗi cung ứng liên kết với các hệ thống thông tin: cách tiếp cận trường hợp nghiên cứu', *Quản lý công nghiệp & Hệ thống dữ liệu*, tập. 117, số 6, 2017, trang. 1093-1108. <https://doi.org/10.1108/IMDS-07-2016-0264>

Vagneron I., và cộng sự., *Tim hiểu về ngành trồng ngô ở tỉnh Huaphanh, Lào*, Báo cáo của CIRAD trình Trung tâm Nghiên cứu Nông nghiệp Quốc tế Úc (ACIAR) SMCN / 2014/049 - Cải thiện hệ thống canh tác ngô trên đất dốc ở Việt Nam và Lào, tháng 9 năm 2019.

Các Chi Phí và Tỉ Suất Lợi Nhuận

Agrifood, *Khóa đào tạo kết hợp Phân tích và Phương pháp Phân tích Chuỗi giá trị vào Phân tích Chính sách: Dự án đào tạo phát triển chuỗi giá trị*, lập bởi đơn vị Tư vấn Thực phẩm Quốc tế trình Văn phòng Phát triển Kinh tế và Xã hội khu vực Đông Bắc, Ủy ban phát triển kinh tế và xã hội Thái Lan (NESDB), Khon Kaen, Thái Lan: trang. 518, 2004.

Hobbs, J.E., 'Đánh giá tầm quan trọng của Chi phí giao dịch trong Thương Mại Hóa Sản Phẩm Gia Súc', *Tạp chí kinh tế nông nghiệp Mỹ*, 1997, trang. 1083-95.

Moran, J., (ed.), *Quản lý kinh doanh dành cho nông dân chăn nuôi bò sữa nhiệt đới*, Nhà xuất bản CSIRO, DOI 10.1071 / YAM643097148, 2009, <https://ebooks.publish.csiro.au/content/business-management-tropical-dairy-farmers>

von Lampe, M., Deconinck, K. và Bastien, V., 'Hợp tác Quản lý quốc tế các hoạt động liên quan đến thương mại: Khung lý thuyết', *Tài liệu Chính sách thương mại của OECD* số 195, Nhà xuất bản OECD, 2016, <https://doi.org/10.1787/3fbf60b1-en>

Phân Phối Thu Nhập

Nguyen, V.N. và cộng sự., 'Phân tích chuỗi giá trị, Khảo sát hộ gia đình và kết quả thử nghiệm nông học ở Đắc Lắc, Việt Nam', *Chương trình thảo luận về sản*, trang số 2, Đại học Queensl và, 2018.

Purcell, T. và cộng sự., *Quản lí chuỗi giá trị để xóa đói giảm nghèo ở Zambì*, Báo cáo được lập cho Ngân hàng thế giới, Lusaka, 2008.

Cơ quan phát triển quốc tế Hoa Kỳ và Tập đoàn Mercy., *Chương trình nông nghiệp vì lợi nhuận: Hướng dẫn kỹ thuật cho việc lập kế hoạch tài chính của nông hộ nhỏ*, Hỗ trợ hiệu suất vận hành và kỹ thuật (TOPS), 2017, https://www.fsnnetwork.org/sites/default/files/techguide-financialplanningguide-interactive-final_508.pdf

ADB, *Tăng giá trị cho ngành lúa gạo Việt Nam và cải thiện thu nhập của người nghèo*, Viện quản lý kinh tế trung ương, Ngân hàng phát triển Á châu, Tập đoàn tài chính quốc tế và Cơ sở phát triển khu vực tư nhân Mê Kông, Hà Nội, 2004.

Danh Sách Tài Liệu Tham Khảo

Phân Phối Thu Nhập

NERI, *Kinh tế học vĩ mô của dự án giảm nghèo – Cải thiện thu nhập của hộ nông ở CHDCND Lào*. Viêng Chăn, CHDCND Lào, Chuẩn bị cho chương trình phát triển Liên Hợp Quốc và viện nghiên cứu kinh tế quốc gia Lào, Chương trình phát triển Liên Hợp Quốc và Viện nghiên cứu kinh tế quốc gia, 2005

Phân Phối Việc Làm

J. Agergaard và V.T. Thao, 'Di động, linh hoạt và thích ứng: Sự dịch chuyển của nữ giới trong lĩnh vực không chính thức ở Hà Nội', *Dân số, không gian và địa điểm*, kỳ 17, số 5, 2011, trang. 407-420.

BCAS, *Chi phí và lợi nhuận của ngành nuôi tôm Bagda tại Bangladesh*: Một đánh giá về kinh tế, tài chính và sinh kế, Dhaka, Bangladesh, Trung Tâm Nghiên Cứu Nâng Cao tại Bangladesh, DFID, World Bank, 2001.

Benes, E.M. và Walsh, K., *Đánh giá việc làm trong Khảo sát về lực lượng lao động: Những phát hiện từ các nghiên cứu thí điểm ILO LFS, Tổ chức lao động thế giới*, tháng 7, 2018, https://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---stat/documents/publication/wcms_635732.pdf

Bullock, R., 'Ký kết hợp đồng và bình đẳng giới ở Tanzania: sử dụng cách tiếp cận chuỗi giá trị để hiểu về vai trò của giới trong quá trình xin giấy phép hương liệu hữu cơ', *Hệ thống tái tạo nông nghiệp và thực phẩm*, tập 33, số. 1, 2018, trang. 60-72.

Chant, S. và Pedwell, C., '*Phụ nữ, giới tính và nền kinh tế phi chính thức: một đánh giá về nghiên cứu của ILO và đề xuất phương pháp xúc tiến*', Văn phòng lao động quốc tế, Geneva, 2008.

Charmes, J., 'Nền kinh tế phi chính thức toàn cầu: Xu hướng và đặc tính', Margin: *Tạp chí nghiên cứu kinh tế ứng dụng*, kỳ 6, số. 2, 2012, trang. 103-132. <https://journals.sagepub.com/doi/10.1177/097380101200600202>

UNDP và NERI, *Kinh tế vĩ mô của dự án giảm đói nghèo' – Cải thiện thu nhập của nông hộ ở CHDCND Lào*, Chuẩn bị cho Chương trình phát triển Liên Hợp Quốc và Viện nghiên cứu kinh tế quốc gia Lào, Viêng Chăn, CHDCND Lào, 2005.

Moghadam, V., 'Giới tính và toàn cầu hóa: Lao động nữ và công tác vận động phụ nữ', *Tạp chí nghiên cứu hệ thống thế giới*, kỳ 5, số. 2, 1999, trang. 366-389. <http://jwsr.pitt.edu/ojs/jwsr/article/view/139>

Moustier, P., An, H.B., Binh, V.T., Figuié, M., Loc, N.T.T. và Tam, P.T.G., (eds.), '*Siêu thị và người nghèo ở Việt Nam*', Trung tâm nghiên cứu nông nghiệp Pháp vì sự phát triển quốc tế (CIRAD) và Ngân Hàng Phát Triển Á Châu (ADB), Hà Nội, 2006.

Van. Wijk, S., *Phân tích về chuỗi giá trị bơ ở Đắc Lắc, Đà Lạt, Việt Nam*, FreshStudio thực hiện Dự án hỗ trợ doanh nghiệp vừa và nhỏ GTZ, 2006.

Waldron, S. và cộng sự., *Cơ hội phát triển kinh doanh nông nghiệp Đông In-đô-nê-si-a – phân tích chuỗi giá trị thịt bò*, Báo cáo được viết bởi Tập đoàn tư vấn Collins Higgins dành cho Trung tâm nghiên cứu nông nghiệp quốc tế Úc (ACIAR), Dự án AGB-2012-005, 2013, <https://ei-ado.aciar.gov.au/value-chain-studies/beef-value-chain.html>

Waldon, S., Pubuzhuoma, Brown, C. và cộng sự., 'Phát triển nông nghiệp ở một thị trấn Tây Tạng'. HIMA-LAYA, *Tạp chí của Hiệp hội Nghiên cứu Nepal và Himalaya*, tháng 1 2016, tập. 35, số 2. chương 7.

Các Lựa Chọn Nâng Cấp

ACIAR, *Rau chất lượng tìm kiếm thị trường*, Tạp chí Cộng sự, tập 4, Trung tâm Nghiên cứu Nông nghiệp quốc tế Úc, 2017, <https://reachout.aciar.gov.au/quality-vegetables-find-their-markets>.

Bolwig, S., Ponte, S., Du Toit, A., Riisgaard, L. và Halberg, N., 'Kết hợp nghèo đói và mối quan tâm về môi trường vào phân tích chuỗi giá trị: Khung khái niệm', *Đánh giá Chính Sách Phát triển*, 2010.

Bolwig, S., Ponte, S., Riisgaard, L., du Toit, A. và Halberg, N., 'Phương pháp luận về các vấn đề phát triển tích hợp vào phân tích chuỗi giá trị và các yếu tố can thiệp', trích dẫn từ *Các thị trường và tình trạng nghèo ở nông thôn: Nâng cấp trong các Chuỗi Giá trị*, J. Mitchell và C. Coles (chủ biên, London, Earthscan và IDRC, 2011, trang. 21-45.

Bray J. và Neilson, J., 'Đánh giá các tác động của những chương trình cấp chứng nhận cà phê đối với sinh kế của các hộ gia đình nhỏ', *Tạp chí quốc tế về dịch vụ và quản lý hệ sinh thái khoa học đa dạng sinh học*, tập 13, số 1, 2017, trang. 216-232.

Humphrey J. và Schmitz, H., *Quản trị và Nâng cấp: Liên kết cụm công nghiệp và nghiên cứu chuỗi giá trị toàn cầu*, Brighton, Viện Khoa học Phát triển, 2000.

Kawarazuka, N., Prain, N., Forsythe, L., Mayanja, S., Mudege, N., Babini, C. và Polar, V., *Giới trong cơ giới hóa nông nghiệp: Các câu hỏi hướng dẫn chính*, Lima, Trung Tâm Khoai Tây Quốc Tế, 2018.

Kilelu, C., Klerkx, L., Omore, A., Baltenweck, I., Leeuwis, C. và Githinji, J., 'Nâng cấp Chuỗi giá trị và hòa nhập các hộ nhỏ trong các thị trường', *Tạp chí Nghiên cứu Phát triển châu Âu*, tập 29, số 5, 2017, trang. 1102-1121.

Mitchell, J., Coles, C. và Keane, J., *Nâng cấp theo các chuỗi giá trị: những chiến lược giảm nghèo ở châu Mỹ Latin*, Tài liệu tóm tắt, 2009.

Neilson, J., 'Nâng cấp sinh kế', trích từ *Sổ tay các chuỗi giá trị toàn cầu*, (chủ biên), Edward Elgar Publishing, 2019.

Oduol, J.B.A., Mithöfer, D., Place, F., Nang'ole, E., Olwvæ, J., Kirimi, L. và Mathenge, M., 'Sự tham gia của phụ nữ vào các chuỗi hàng tiêu dùng nông nghiệp giá trị cao ở Kenya: Những chiến lược nhằm rút ngắn khoảng cách về giới', *Tạp chí Nghiên cứu Nông thôn*, tập. 50, 2017, trang. 228-239.

Seville, D., Buxton, A. và Vorley, B., *Dưới những điều kiện nào các chuỗi giá trị là những công cụ hiệu quả để phát triển vì người nghèo?*, Quỹ Ford, tháng Một 2011.

UNDP, *Hướng dẫn ứng dụng của khuôn khổ sinh kế bền vững trong các dự án phát triển*, Chương trình Phát triển của Liên Hợp Quốc, 2017.

Wandschneider, T., Baker, I. và Natawidjaja, R., *Báo cáo cuối cùng: Những cơ hội phát triển thương mại nông nghiệp miền đông In-đô-nê-si-a - Chuỗi giá trị xoài* (AGB-2012-006), - Trung tâm Nghiên cứu Nông nghiệp quốc tế Úc, 2013.

