

# PHÁT TRIỂN CHUỖI GIÁ TRỊ SẢN XUẤT MIẾN DONG TỈNH CAO BẰNG

● NGUYỄN THU THỦY - DƯƠNG THỊ TÌNH

## TÓM TẮT:

Tiến hành đánh giá chuỗi giá trị miến dong tại 2 huyện có sản lượng lớn nhất tỉnh Cao Bằng là huyện Nguyên Bình, Hòa An, nhóm tác giả nhận thấy: chuỗi giá trị miến dong đã hình thành nhưng mức độ liên kết giữa các tác nhân lỏng lẻo, chưa có ký kết hợp tác sản xuất giữa người nông dân với hợp tác xã (HTX) trong trồng dong, sản xuất miến, nên vấn đề bảo vệ thương hiệu, nâng cao chất lượng miến dong gặp nhiều hạn chế. Vì vậy, cần có nhiều giải pháp đồng bộ từ phía cơ quan quản lý đến HTX và người dân, nhằm gia tăng giá trị miến dong trong chuỗi giá trị.

**Từ khóa:** dong riêng, miến dong, nông dân, tỉnh Cao Bằng.

## 1. Đặt vấn đề

Nguyên Bình và Hòa An là 2 huyện sản xuất miến dong lớn nhất của tỉnh Cao Bằng với nhiều loại miến nổi tiếng được biết đến, như: miến Mỏ thiếc Tĩnh Túc, miến Phia Đén. Những năm gần đây, số lượng người dân trồng dong riêng và sản xuất miến dong tại tỉnh Cao Bằng ngày càng tăng. Cây dong riêng đang trở thành cây trồng có giá trị của người dân ở nhiều huyện. Theo số liệu từ Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn tỉnh Cao Bằng, năm 2022, cả tỉnh có 475 ha cây dong riêng, tổng sản lượng trên 25.000 tấn, năng suất bình quân đạt 53,6 tấn/ha. Thu nhập bình quân 1 hộ làm miến dong đạt khoảng từ 100 - 200 triệu đồng/năm/trên 1 ha trồng dong riêng. Hiện nay, mặc dù đã hình thành chuỗi giá trị sản phẩm dong riêng, nhưng mức độ liên kết giữa người trồng dong riêng, người sản xuất miến dong và người tiêu thụ vẫn không rõ nét. Nhóm tác giả đã tiến hành điều tra một số đối tượng có liên quan nhằm đánh giá giá trị gia tăng trong chuỗi sản xuất miến

dong tại tỉnh Cao Bằng, chỉ ra những khâu vướng mắc, từ đó, đề xuất giải pháp phát triển chuỗi giá trị miến dong trong thời gian tới.

## 2. Tổng quan nghiên cứu

Theo Gereffi và Korzeniewicz (1994), Kaplinsky (1999), Kaplinsky và Morris (2001), “chuỗi giá trị đề cập đến một loạt những hoạt động cần thiết để đưa một sản phẩm hoặc một dịch vụ từ lúc còn là khái niệm, thông qua các giai đoạn sản xuất khác nhau đến phân phối tới người tiêu dùng cuối cùng và bố trí sau khi đã sử dụng”. Theo đó, một chuỗi giá trị bao gồm nhiều mắt xích giá trị gia tăng và chỉ tồn tại khi tất cả những mắt xích tham gia trong chuỗi đều hoạt động để tạo ra tối đa giá trị trong toàn chuỗi. Liên kết theo chuỗi giá trị trong sản xuất nông nghiệp được giải thích tại khoản 7 Điều 3 Nghị định số 55/2015/NĐ-CP về chính sách tín dụng phục vụ phát triển nông nghiệp, nông thôn như sau: liên kết theo chuỗi giá trị trong sản xuất nông nghiệp là hình thức liên kết trong sản xuất nông nghiệp theo chuỗi khép kín từ

khâu sản xuất đến thu mua, chế biến và tiêu thụ sản phẩm nông nghiệp (sau đây gọi tắt là liên kết theo chuỗi giá trị). Trần Gia Long (2013) nhận xét, đổi mới liên kết sản xuất, tiêu thụ nông sản giữa các tác nhân theo cơ chế thị trường để nâng cao giá trị gia tăng theo chuỗi giá trị nông sản. Khi đó, nông dân, hợp tác xã, doanh nghiệp đã làm quen và hình thành các hợp đồng liên kết đa dạng về hình thức và cấp độ, như các mô hình: doanh nghiệp bao tiêu sản phẩm, không đầu tư sản xuất; doanh nghiệp bao tiêu sản phẩm và đầu tư, tham gia sản xuất; doanh nghiệp gia công sản xuất; nông dân góp cổ phần bằng giá trị quyền sử dụng đất vào doanh nghiệp. Sự liên kết đã góp phần tạo động lực thúc đẩy kinh tế hộ tham gia sản xuất hàng hóa, nâng cao năng lực hoạt động của doanh nghiệp, hợp tác xã và tổ hợp tác trong nông nghiệp. Nhiều mô hình thành công đã bước đầu cho những bài học kinh nghiệm để phát triển liên kết bền vững, như: công tác tuyên truyền, vận động; công tác quy hoạch phải đi trước một bước; doanh nghiệp phải giữ vai trò chủ đạo trong liên kết; có sự hỗ trợ của Nhà nước; có sự chỉ đạo, kiểm tra, giám sát của chính quyền địa phương; sự tham gia của tổ chức kinh tế tập thể tự nguyện của nông dân...

### **3. Phương pháp nghiên cứu**

- *Thu thập số liệu sơ cấp*: điều tra 3 nhóm đối tượng tại 2 huyện Nguyên Bình và Hòa An với số lượng phiếu như sau: các nhà quản lý địa phương (20 phiếu); HTX sản xuất miến dong (6 phiếu), hộ dân trồng dong riềng và sản xuất miến (424 phiếu).

- *Phương pháp phân tích số liệu*: sử dụng phương pháp phân tích giá trị gia tăng trong phân tích, đánh giá thực trạng sản xuất miến dong tại tỉnh Cao Bằng với một số chỉ tiêu chính sau: Tổng giá trị sản xuất (GO); Chi phí trung gian (IC); Giá trị gia tăng (VA), Giá trị sản xuất (GO/IC), Giá trị gia tăng (VA/IC), Giá trị lãi ròng (NPr/IC).

### **4. Kết quả và thảo luận**

#### **4.1. Hiệu quả sản xuất chuỗi giá trị miến dong tỉnh Cao Bằng**

Trong quá trình điều tra tại 2 huyện trồng và sản xuất dong riềng có diện tích, sản lượng lớn nhất toàn tỉnh, nhóm nghiên cứu nhận thấy: quá trình sản xuất miến dong đã cơ bản hình thành

chuỗi giá trị khép kín từ khâu đầu vào, sản phẩm đầu ra, thị trường tiêu thụ. Người dân mua giống, vật tư nông nghiệp tại Trung tâm giống cây trồng của huyện đem trồng và chăm sóc cây dong riềng. Sau khi thu hoạch sẽ mang bán củ dong tươi hoặc chế biến bột củ dong và bán cho các hộ dân, HTX sản xuất miến dong trong và ngoài tỉnh. Miến thành phẩm sẽ được đóng gói và mang tiêu thụ tại nhiều tỉnh, thành phố của cả nước. Nhờ đó, giúp gia tăng giá trị của cây dong riềng. Về cơ bản, trên địa bàn 2 huyện Nguyên Bình và Hòa An đã hình thành chuỗi giá trị miến dong, nhưng mức độ liên kết còn lỏng lẻo, các tác nhân trong chuỗi liên kết chưa thấy được vai trò của mình trong chuỗi giá trị sản phẩm. Quá trình vận hành chuỗi giá trị chủ yếu phát sinh thông qua nhu cầu trao đổi, mua bán hình thành. Tại đây, người dân sẽ trồng dong riềng và làm miến dong trực tiếp nhưng do không có kinh nghiệm hoặc tài chính nên không phải hộ dân nào cũng làm miến. Họ có thể bán dong riềng tươi, hoặc chế biến để bán bột dong hoặc miến dong. Trong bài viết này, tác giả sẽ tập trung vào chuỗi giá trị sản xuất miến dong và khâu tiêu thụ miến dong để thấy được giá trị gia tăng đối với từng tác nhân trong chuỗi giá trị. Quy trình sản xuất miến dong sẽ bắt đầu từ củ dong riềng tươi, sau đó chế biến thành bột củ dong và làm thành miến dong. Để làm được 1kg miến dong khô, cần khoảng 9-10 kg củ dong tươi. Hiện nay, tỉnh Cao Bằng đang sản xuất chính 2 loại miến, đó là miến làm từ củ dong đỏ và miến làm từ củ dong trắng, với mức giá bán miến khác nhau. Nguyên nhân, do giá củ dong đỏ cao hơn nhiều dong trắng, bình quân khoảng 3,8 nghìn đồng/kg; trong khi giá dong trắng là 2,2 nghìn đồng/kg. Bảng 1 mô tả cụ thể hiệu quả sản xuất miến dong toàn chuỗi.

Nhóm tác giả có một số nhận xét với từng tác nhân trong chuỗi giá trị như sau:

- *Đối với tác nhân Hộ dân/HTX*: đóng vai trò quan trọng trong chuỗi giá trị, đứng vị trí đầu tiên của chuỗi giá trị. Là tác nhân nhận được giá trị gia tăng lớn nhất trong chuỗi do được quyết định sản lượng đầu ra. Với giá bán miến làm từ dong riềng đỏ (miến Mỏ thiếc Tĩnh Túc) có giá khoảng 100 nghìn đồng/kg, sau khi trừ đi các chi phí, lãi ròng

**Bảng 1. Hiệu quả sản xuất của miến dong của toàn chuỗi**  
(tính 1kg miến dong khô)

| TT | Chỉ tiêu                | ĐVT    | Làm từ dong riêng đỏ |          |        | Toàn chuỗi | Làm từ dong riêng trắng |          |        | Toàn chuỗi |
|----|-------------------------|--------|----------------------|----------|--------|------------|-------------------------|----------|--------|------------|
|    |                         |        | Hộ dân/HTX           | Bán buôn | Bán lẻ |            | Hộ dân/HTX              | Bán buôn | Bán lẻ |            |
| 1  | Giá trị sản xuất (GO)   | 1000 đ | 100000               | 115000   | 119000 | 111333     | 65000                   | 72000    | 76000  | 71000      |
| 2  | Chi phí trung gian (IC) | 1000 đ | 58851                | 105234   | 116342 | 93476      | 40687                   | 65234    | 73387  | 59769      |
| 3  | Giá trị gia tăng (VA)   | 1000 đ | 41149                | 9766     | 2658   | 17858      | 24313                   | 6766     | 2613   | 11231      |
| 4  | Lãi ròng (NP-r)         | 1000 đ | 29102                | 9314     | 2206   | 13541      | 13458                   | 6314     | 2161   | 7311       |
| 5  | GO/IC                   | Lần    | 1,70                 | 1,09     | 1,02   | 1,27       | 1,60                    | 1,10     | 1,04   | 1,25       |
| 6  | VA/IC                   | Lần    | 0,70                 | 0,09     | 0,02   | 0,27       | 0,60                    | 0,10     | 0,04   | 0,25       |
| 7  | NP-r/IC                 | Lần    | 0,49                 | 0,09     | 0,02   | 0,20       | 0,33                    | 0,10     | 0,04   | 0,16       |

Nguồn: Tổng hợp từ số liệu điều tra, 2023

thu được khoảng 29 nghìn đồng/kg, với lợi nhuận thu được như vậy cũng giúp người dân, HTX yên tâm trong việc sản xuất miến. Đối với miến làm từ dong riêng trắng (miến Phia Đén), tổng giá trị sản xuất có thấp hơn, nên lợi nhuận thu được cũng ít hơn so với miến Mỏ thiếc Tĩnh Túc. Song chính lợi thế về giá khiến miến Phia Đén dễ dàng thâm nhập vào nhiều thị trường khác nhau từ chợ truyền thống đến siêu thị, cửa hàng sản phẩm sạch tại nhiều tỉnh của miền Bắc.

- *Đối với tác nhân người bán buôn*: đóng vai trò quan trọng trong kết nối giữa người sản xuất và người tiêu dùng đối với sản phẩm miến dong. Giá trị gia tăng của tác nhân thấp, vì chủ yếu có chức năng tiêu thụ sản phẩm. Là kênh phân phối giúp sản phẩm miến dong được nhiều người tiêu dùng biết đến trên phạm vi vùng.

- *Đối với tác nhân người bán lẻ*: đóng vai trò quan trọng trong kết nối giữa người sản xuất và người tiêu dùng đối với sản phẩm miến dong. Giá trị gia tăng của tác nhân thấp, vì chủ yếu có chức năng tiêu thụ sản phẩm. Và là tác nhân trong chuỗi được tiếp xúc với đối tượng cuối cùng của chuỗi giá trị (người tiêu dùng).

#### 4.2. Tình hình tiêu thụ sản phẩm miến dong tỉnh Cao Bằng

Việc tiêu thụ miến diễn ra khá đơn giản, với 3 cách thức triển khai như sau:

- *Kênh tiêu thụ thứ nhất*: hộ dân trồng dong riêng trực tiếp chế biến miến dong và đem bán cho thương lái, người bán hàng nhỏ lẻ đến tay người tiêu dùng. Song, sản lượng miến sản xuất được sẽ không nhiều, do hộ chủ yếu sẽ làm miến từ sản lượng củ dong từ hộ trồng được. Thị trường tiêu thụ chủ yếu là thị trường trong và ngoài Huyện.

- *Kênh thứ hai*: đây là kênh tiêu thụ chính và đóng vai trò quan trọng trong quá trình chế biến và tiêu thụ miến dong ở tỉnh Cao Bằng. Do sản lượng sản xuất dong riêng toàn tỉnh đạt khoảng trên 25.000 tấn/năm, nhưng tỷ lệ các hộ chế biến dong thành bột dong, miến chỉ chiếm tỷ lệ khoảng hơn 30%/số hộ trồng dong. Đa số các xã Ca Thành, Yên Lạc, Phan Thanh có tới gần 90% hộ dân trồng dong bán cho các hộ chế biến, do họ không có kinh nghiệm và tài chính để sản xuất miến dong. Trong kênh tiêu thụ này, thu nhập của hộ trồng dong không nhiều, vì không chế biến được, nhưng chi phí đầu tư không hơn và lợi nhuận cho hộ chế biến miến dong có tỷ lệ lớn hơn.

- *Kênh thứ ba*: kênh này có số lượng tác nhân nhiều nhất và mức độ chuyên môn hóa tăng lên. Hộ trồng dong riêng sẽ bán dong cho hộ chuyên làm bột dong và cung cấp cho hộ làm miến. HTX làm miến giảm các công đoạn làm miến và tập trung sâu hơn vào đầu tư tiêu thụ sản phẩm liên quan đến bao bì, nhãn mác, đóng gói và quảng bá sản phẩm. Nhóm nghiên cứu nhận thấy, kênh tiêu thụ này có thể nên nhân rộng, vì vừa gia tăng sự chuyên môn hóa trong các khâu sản xuất, vừa mở rộng sản xuất với quy mô lớn và mở rộng tiêu thụ sản phẩm trên nhiều thị trường, hình thức bán hàng.

### **5. Kết luận**

Cây dong riêng là cây trồng phù hợp với điều kiện khí hậu và thổ nhưỡng của địa phương, nên có năng suất cao, chất lượng tốt. Sản phẩm miến dong tỉnh Cao Bằng được người tiêu dùng trong và ngoài tỉnh ưa thích, nên việc tiêu thụ khá dễ dàng. Sản phẩm miến dong đều đã được đóng gói, bao bì sạch đẹp. Tuy nhiên, sản phẩm vẫn chưa được chứng nhận của các cơ quan cấp trên về chất lượng sản phẩm và chưa có sản phẩm miến dong được công nhận sản phẩm OCOP, chưa đăng ký tem truy xuất nguồn gốc, nhãn hiệu tập thể... nên vấn đề thương hiệu sản phẩm bị ảnh hưởng. Hơn nữa, sản phẩm

miến dong vẫn chủ yếu là loại truyền thống, chưa có sự đa dạng trong sản phẩm, nên mức độ cạnh tranh chưa cao so với sản phẩm miến tại một số địa phương lân cận như Bắc Kạn, Lào Cai, Thái Nguyên,...

Vì vậy, một số giải pháp trong thời gian tới cần được UBND tỉnh Cao Bằng, huyện Nguyên Bình, Hòa An quan tâm, đồng thời có những thay đổi tư duy trong sản xuất miến của người dân, HTX, nhằm nâng cao chuỗi giá trị sản xuất miến dong của tỉnh. Cụ thể như sau:

- Xây dựng cơ chế thúc đẩy thị trường trong khu vực, như: phát triển các sản phẩm OCOP, xúc tiến đầu tư thương mại, mở rộng thị trường liên kết tiêu thụ trong khu vực, giới thiệu các sản phẩm nông sản đến các thị trường quốc tế...;

- Hỗ trợ người dân trong quá trình sản xuất dong riêng, miến dong theo các tiêu chuẩn kỹ thuật, nhằm xây dựng nhãn hiệu tập thể, tem truy xuất nguồn gốc,...

- Cần phải nâng cấp, sửa chữa hệ thống giao thông, xây sửa các chợ truyền thống, chợ nông sản để người dân dễ dàng tiêu thụ sản phẩm;

- Mở rộng các hình thức vay vốn, đa dạng hóa nguồn vốn vay và đơn giản hóa thủ tục cho vay... ■

### **TÀI LIỆU THAM KHẢO:**

1. A.J. Johnson, C.C. Dibrell, E. Hansen (2009). Market orientation, innovativeness, and performance of food companies, *Journal of Agribusiness*, 27 (1/2) (2009), 85-106.
2. David B. Lobell, Marshall B. Burke, Claudia Tebaldi, Michael D. Mastrandrea, Walter P. Falcon, Rosamond L. Naylor (2008). Prioritizing Climate Change Adaptation Needs for Food Security in 2030, *Science*, Vol. 319, Issue 5863, 607-610, USA.
3. Kalunda, E (2014). Financial Inclusion Impact on Small-Scale Tea Farmers in Nyeri County, Kenya, *World Journal of Social Sciences* Vol. 4. No. 1. March 2014 Issue. 130-139.
4. Kwizera Alice (2016). Luận văn thạc sỹ: "Impact of Agricultural Value Chain Financing on Smallholder Farmers Livelihoods", University of Rwanda, College of Business and Economics, Rwanda.
5. N.A. Aziz, N.M. Yassin (2010). How will market orientation and external environment influence the performance among SMEs in the agro-food sector in Malaysia? *International Business Research*, 3 (3) (2010), 154-164.
6. N. Koide, A.W. Robertson, A.V.M. Ines, J.-H. Qian, D.G. DeWitt, A. Lucero (2013) Prediction of rice production in the Philippines using seasonal climate forecasts *J. Appl. Meteorol. Climatol.*, 52 (2013). 552-569.

7. Raphael Kaplinsky and Mike Morris. (2001). A Handbook for Value Chain Research. United Kingdom. Institute of Development Studies. University of Sussex.

8. Trần Gia Long (2013), “Đổi mới liên kết sản xuất, tiêu thụ nông sản giữa các tác nhân theo cơ chế thị trường để nâng cao giá trị gia tăng theo chuỗi giá trị nông sản”, Tạp chí Kinh tế phát triển, trang 13-28.

**Ngày nhận bài: 6/5/2023**

**Ngày phản biện đánh giá và sửa chữa: 27/5/2023**

**Ngày chấp nhận đăng bài: 8/6/2023**

*Thông tin tác giả:*

**1. NGUYỄN THU THỦY**

**2. DƯƠNG THỊ TÌNH**

**Đại học Kinh tế và Quản trị kinh doanh, Đại học Thái Nguyên**

## DEVELOPING THE VALUE CHAIN OF VERMICELLI PRODUCTION IN CAO BANG PROVINCE

● NGUYEN THU THUY<sup>1</sup>

● DUONG THI TINH<sup>1</sup>

<sup>1</sup>Thai Nguyen University of Economics and Business Administration

### ABSTRACT:

Through assessing the vermicelli value chains of Nguyen Binh and Hoa An districts, this study finds that although the value chains have been established, the internal linkages of these value chains are quite loose. The study also finds that there are no production cooperation agreements between farmers and cooperatives for growing galangal and producing vermicelli. As a result, it is difficult to protect the brand name and improve the quality of vermicelli in these two districts. It is necessary to find synchronous solutions for management agencies, cooperatives, and farmers to increase the value of vermicelli in these value chains.

**Keywords:** galangal, vermicelli, farmer, Cao Bang province.