

# Đặc điểm và hiệu quả hoạt động của các tác nhân trong ngành hàng lợn vùng Đồng bằng sông Hồng

**VŨ ĐÌNH TÔN  
VŨ TRỌNG THÀNH**

## 1. Đặt vấn đề

Tại Đồng bằng sông Hồng (ĐBSH), ngành chăn nuôi lợn đang có những bước tăng trưởng và tạo ra nguồn thu đáng kể cho nông dân. Tuy vậy, chăn nuôi lợn trong vùng hiện vẫn khá manh mún, chất lượng sản phẩm còn nhiều hạn chế, tiếp cận thị trường quốc tế gặp nhiều khó khăn. Việc tìm hiểu về quy mô và phương thức tổ chức sản xuất, mối quan hệ hai chiều và đa chiều, phân bổ lợi nhuận giữa các tác nhân trong quá trình thương mại thịt lợn là vấn đề rất đáng quan tâm.

Trong 3 năm (2003 -2005), dự án nghiên cứu "Ngành hàng lợn vùng Đồng bằng sông Hồng" đã được triển khai trên địa bàn 4 tỉnh (Hà Tây, Nam Định, Hưng Yên và Hải Phòng) nhằm tìm hiểu hoạt động cũng như những vấn đề hạn chế trong quá trình sản xuất và thương mại thịt lợn tại vùng châu thổ sông Hồng. Bài viết này lược trích và giới thiệu tóm tắt một phần trong kết quả của dự án nghiên cứu trên.

## 2. Phương pháp nghiên cứu

Để đáp ứng yêu cầu và mục tiêu nghiên cứu, chúng tôi tiến hành thu thập các số liệu như sau:

- Điều tra 1080 hộ chăn nuôi thuộc địa bàn 4 tỉnh Hà Tây, Nam Định, Hưng Yên và Hải Phòng (270 hộ chăn nuôi lợn/tỉnh), trong đó, đặt số theo dõi 399 hộ chăn nuôi lợn.

- Điều tra và theo dõi năng suất 120 trang trại chăn nuôi lợn có quy mô vừa và nhỏ (30 trang trại chăn nuôi lợn/tỉnh).

- Điều tra phỏng vấn trực tiếp các tác nhân khác bao gồm: 72 hộ giết mổ lợn địa phương; 48 hộ thu gom- môi giới; 5 xí nghiệp chế biến lợn xuất khẩu.

Phương pháp phân tích tài chính được sử dụng để so sánh giá trị gia tăng (VA) của các tác nhân tham gia vào ngành hàng lợn. Trong đó:

- Các khoản thu chi đều được quy về 100kg lợn hơi.
- Giá các sản phẩm được tính toán theo giá thực tế của các tác nhân.

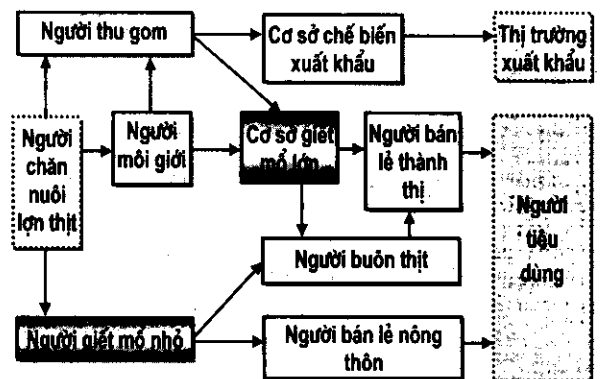
## 3. Kết quả

### 3.1. Sơ đồ hoạt động ngành hàng lợn vùng ĐBSH

Qua kết quả khảo sát thực tế, các tác nhân chính tham gia vào hoạt động của ngành hàng lợn vùng ĐBSH gồm: tác nhân sản xuất (hộ chăn nuôi lợn, trang trại chăn nuôi lợn); tác nhân thu gom - môi giới lợn; tác nhân giết mổ lợn và bán thịt; tác nhân chế biến xuất khẩu.

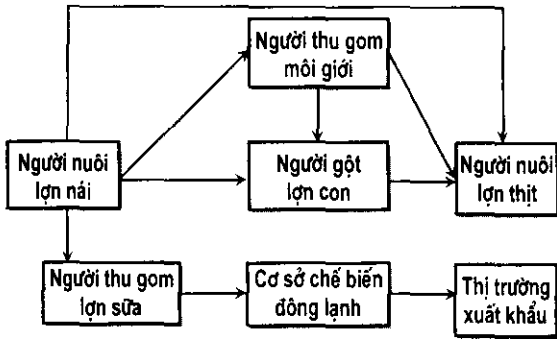
Kênh tiêu thụ của các sản phẩm của ngành hàng lợn được thể hiện thông qua 2 sơ đồ sau:

**SƠ ĐỒ 1: Các kênh ngành hàng lợn thịt tại vùng ĐBSH**



Vũ Đình Tôn, TS; Vũ Trọng Thành - Đại học Nông nghiệp I Hà Nội.

**SƠ ĐỒ 2: Các kênh ngành hàng lợn con vùng ĐBSH**



Có thể thấy rằng hệ thống kênh phân phối lợn thịt và lợn con trong ngành hàng lợn vùng ĐBSH là một hệ thống phức tạp với mỗi liên hệ hai chiều hoặc đa chiều. Tác nhân đầu tiên tham gia vào vòng chu chuyển lợn thịt là người chăn nuôi lợn thịt (còn gọi là thượng nguồn sản phẩm). Đây là tác nhân chứa đựng nhiều rủi ro nhất trong chuỗi ngành hàng lợn do những biến động của thị trường. Tác nhân trung gian (môi giới - thu gom) giữ vai trò quan trọng trong việc kết nối nơi sản xuất và nơi tiêu thụ trong ngành hàng lợn. Tác nhân tiêu dùng tại hạ nguồn sản phẩm gồm 3 dạng: người tiêu dùng quốc tế (thị trường xuất khẩu), người tiêu dùng thành phố và người tiêu dùng tại địa phương.

Bằng nhiều kênh phân phối khác nhau để sản phẩm lợn thịt đi từ người sản xuất (tác nhân sản xuất) đến người tiêu thụ. Đối với chăn nuôi lợn nái thì sản phẩm tham gia vào ngành hàng bao gồm lợn giống để nuôi thịt và lợn sữa cho xuất khẩu.

**3.2. Phân tích đặc điểm và hoạt động các tác nhân ngành hàng lợn**

**3.2.1 Tác nhân sản xuất lợn**

Hiện nay, phần lớn sản lượng thịt lợn của vùng ĐBSH cung cấp ra thị trường đều thuộc khu vực chăn nuôi nông hộ, chăn nuôi lợn trang trại mặc dù gần đây có những động thái tích cực, nhưng sản lượng thịt lợn tạo ra vẫn còn thấp. Trong chuỗi ngành hàng thì hộ chăn nuôi lợn và trang trại chăn nuôi lợn là những tác nhân sản xuất. Do có

sự chênh lệch nhất định về quy mô, năng suất và chất lượng sản phẩm của chăn nuôi lợn nông hộ và trang trại, nên chúng ta có thể phân tích tách biệt 2 dạng của tác nhân này.

*\* Hộ chăn nuôi lợn*

Kết quả nghiên cứu của chúng tôi cho thấy: đa số các hộ chăn nuôi lợn trong vùng ĐBSH có quy mô nhỏ, chuồng trại có cải tiến nhưng vẫn còn khá đơn giản theo hình thức tận dụng. Tính trung bình quy mô đàn lợn trong nông hộ tại vùng ĐBSH như sau: 1,8 nái/hộ nuôi lợn nái, 10,7 lợn thịt/hộ nuôi lợn thịt và 17,4 lợn choai/hộ nuôi lợn choai. Phần lớn chuồng trại của các hộ chăn nuôi lợn được làm sát với nhà ở, điều này có ưu điểm là tiện lợi cho việc chăm sóc nuôi dưỡng, nhưng nhược điểm là gây ô nhiễm môi trường do bụi bẩn, ruồi nhặng và mùi hôi. Bình quân diện tích chuồng trại của toàn vùng là 25,6m<sup>2</sup>, giá trị đầu tư cho chuồng trại cũng rất khác nhau, tùy thuộc vào quy mô chăn nuôi và điều kiện kinh tế của các hộ (trung bình chi phí 246100 đồng/m<sup>2</sup> chuồng).

Phần lớn các hộ chăn nuôi lợn tại vùng ĐBSH vẫn chọn hình thức bán thâm canh và sử dụng nguồn thức ăn đậm đặc kết hợp với nguồn thức ăn có sẵn, hoặc tự chế biến tại gia đình. Tỷ lệ hộ sử dụng nguồn thức ăn kết hợp là cao nhất, chiếm 48,8%, hộ sử dụng thức ăn tự chế biến chỉ chiếm tỷ lệ 19,6%. Để phục vụ mục tiêu chăn nuôi lợn, có 36,9% hộ chăn nuôi lợn có vay vốn từ các nguồn khác nhau với mức vay của mỗi hộ trung bình là 6,3 triệu đồng/hộ.

*\* Trang trại chăn nuôi lợn*

Các trang trại chăn nuôi lợn quy mô vừa và nhỏ tại vùng ĐBSH chủ yếu được phát triển lên từ chăn nuôi nông hộ với quy mô lớn hơn so với quy mô nông hộ. Số các chủ trang trại có nguồn gốc từ nông dân chiếm 82,6%, nguồn gốc khác chiếm tỷ lệ 17,4%. Kết quả điều tra cho thấy diện tích bình quân cho khu trang trại là 1507m<sup>2</sup>, trong đó diện tích riêng cho chuồng trại 95,5 m<sup>2</sup>. Vốn đầu tư cho xây dựng chuồng trại tại vùng

nghiên cứu đạt 42,5 triệu đồng/trang trại, tính bình quân các trang trại đã đầu tư 445000 đồng/m<sup>2</sup> chuồng trại. Giá trị tài sản cố định không kể đất đai đạt 58,3 triệu đồng/trang trại. Lao động dùng cho chăn nuôi lợn trong các trang trại hoàn toàn sử dụng lao động gia đình. Việc chủ động nguồn vốn đầu tư trong chăn nuôi lợn tại các trang trại vẫn là bài toán khó do biến động của thị trường sản phẩm (Có 100% trang trại được điều tra có vay vốn cho sản xuất với các hình thức khác nhau). Trong vài năm gần đây, tại ĐBSH, thị trường tiêu thụ thịt lợn không ổn định cũng đã ảnh hưởng trực tiếp đến việc mở rộng quy mô của trang trại.

Kết quả điều tra cho thấy tỷ lệ các trang trại chọn hình thức nuôi lợn thịt (40%), chăn nuôi kết hợp nái và thịt (55%), còn hình thức chỉ nuôi lợn nái chiếm tỷ lệ rất thấp (5%). Quy mô chăn nuôi lợn thể hiện qua số lợn thịt, lợn nái có mặt thường xuyên trong trang trại. Bình quân lợn thịt tại 4 điểm điều tra là 84,9 con/trang trại và lợn nái là 13,9 con/trang trại. Chăn nuôi lợn ngoại đã trở nên rất phổ biến trong các trang trại với các giống như Landrace, Yorkshire, lai 2 máu ngoại, lợn lai 3 máu ngoại... Thức ăn hỗn hợp công nghiệp là nguồn thức ăn chủ yếu trong các trang trại chăn nuôi lợn.

### *3.2.2. Tác nhân thu gom lợn*

Tác nhân thu gom lợn chuyên nghiệp làm công việc này thường xuyên và tạo ra nguồn thu nhập chính. Dạng tác nhân thu gom không chuyên chỉ hoạt động vào một số thời điểm trong năm và kiêm luôn cả vai trò môi giới trung gian. Lợn được thu gom từ các nông hộ và trang trại chăn nuôi, chuyển đến nhà máy chế biến lợn xuất khẩu tại Hải Phòng, Thái Bình, Nam Định, Hải Dương; hoặc chuyển đến các đầu mối tiêu thụ tại các thành phố lớn như Hải Phòng, Hà Nội, ngoài ra họ có thể bán lại một số lượng hạn chế cho lò giết mổ tại địa phương.

Tác nhân thu gom lợn trực tiếp tìm hiểu thị trường, hoặc có lợi thế về quan hệ buôn

bán mà nắm rõ thông tin nguồn hàng trên địa bàn. Thông thường thì tác nhân này chỉ là người thu gom, nhưng lúc cần họ lại có thể làm người môi giới nguồn hàng (bán hoặc mua lợn) cho các tác nhân thu gom khác. Đa số các hộ thu gom nhỏ và thường là dạng bán chuyên nghiệp, hoạt động mang tính thời vụ với nguồn vốn hạn hẹp, phạm vi hoạt động chủ yếu trong địa bàn huyện. Đối với các hộ thu gom lớn hầu hết là hoạt động chuyên nghiệp, địa bàn hoạt động thường mở rộng ra phạm vi nhiều huyện hoặc nhiều tỉnh. Nguồn hàng có thể thu gom trực tiếp từ người chăn nuôi hoặc người môi giới cấp thấp hơn.

Khi mua lợn từ người chăn nuôi hoặc thu gom nhỏ trong cùng địa phương, các tác nhân thu gom có thể tận dụng các mối quan hệ quen biết, nên hình thức thanh toán chậm thường được chấp nhận, hình thức này chiếm tới 56,2%. Khi bán sản phẩm cho người giết mổ lợn và các cơ sở chế biến thịt lợn xuất khẩu, hình thức thanh toán ngay lúc mua là phổ biến (81,3%), thanh toán chậm ít được chấp nhận hơn (18,7%).

Các tác nhân thu gom lợn là người nắm giữ thông tin về thị trường, bởi vậy, thông tin về giá cả nhiều lúc bị che giấu hoặc cung cấp không chính xác gây thiệt thòi cho người chăn nuôi. Như vậy, trong thị trường lợn tại ĐBSH, thông tin về giá cả có được của người chăn nuôi và của người thu gom lợn là bất đối xứng.

### *3.2.3 Tác nhân mổ lợn địa phương*

Tác nhân mổ lợn địa phương có vai trò hết sức quan trọng trong việc tiêu thụ sản phẩm nhanh chóng, trực tiếp cho người chăn nuôi và cung cấp thực phẩm ra thị trường địa phương. Sản phẩm được tiêu thụ theo 2 cách: bán buôn cho người buôn thịt lợn lên thành phố và bán lẻ thịt lợn tại địa phương. Cách giết mổ lợn hoàn toàn thủ công và sử dụng lao động gia đình.

Kết quả điều tra cho thấy: số lượng lợn bình quân được giết mổ của 1 hộ tại vùng nghiên cứu là 15,8 con/hộ/tuần, thấp nhất là

8,1 con/hộ/tuần tại Nam Định, và cao nhất tại Hải Phòng: 21,5 con/hộ/tuần. Các trang thiết bị đầu tư để hành nghề của các tác nhân giết mổ bao gồm: xe máy, máy bơm nước, dao, thớt, chảo, cân, ... với tổng trị giá trung bình là 10,8 triệu đồng, hộ cao nhất là 14,5 triệu và hộ thấp nhất là 5,5 triệu đồng.

Các tác nhân mổ lợn địa phương thường thiếu vốn do phần lớn các hộ gia đình thường mua chịu thịt lợn từ người giết mổ quen thuộc trong vùng. Tác nhân mổ lợn buộc phải vay vốn từ các nguồn bên ngoài để hoạt động. Có 100% các hộ giết mổ điều tra đều bị dư nợ với mức trung bình là 10,1 triệu đồng, cá biệt có hộ bị dư nợ đến 25 triệu. Phương thức thanh toán phần nào phản ánh sự phát triển của thị trường sản phẩm. Khi mua lợn thịt của người chăn nuôi trong xã, các tác nhân giết mổ lợn có thể thanh toán chậm khoảng 7 - 10 ngày sau khi mổ lợn (khoảng 72% người dân chấp nhận phương thức thanh toán này).

Có một phần hàng được mua từ người thu gom nghiệp dư và người mổ lợn hầu như phải thanh toán ngay khi giao hàng. Theo kết quả điều tra, có 43,4% khối lượng thịt được bán buôn cho người thu gom chuyển đi thành phố và 56,6% khối lượng thịt được bán lẻ trực tiếp cho các cá nhân tiêu dùng tại địa phương. Loại thịt tiêu thụ tại thành phố chủ yếu là loại thịt ngon như thịt mông, thịt thăn. Chênh lệch về giá của hình thức bán buôn và bán lẻ thịt mông tại địa phương dao động trong khoảng từ 500 đồng đến 2515 đồng/kg tùy theo thời điểm và mỗi hàng, chênh lệch trung bình là 1100 đồng/kg.

### 3.2.4 Tác nhân chế biến xuất khẩu thịt lợn

Các doanh nghiệp chế biến thịt lợn xuất khẩu là tác nhân quan trọng trong chuỗi ngành hàng lợn. Nó góp phần thúc đẩy quá trình thương mại hoá thịt lợn và thúc đẩy ngành chăn nuôi lợn phát triển. Hiện nay, việc xuất khẩu thịt lợn của ĐBSH cũng nằm trong bối cảnh chung của xuất khẩu cả nước. Các sản phẩm xuất khẩu thịt lợn chủ yếu ở dạng sơ chế nên sức hấp dẫn kém, kim

ngạch xuất khẩu thấp. Từ năm 2003, sản phẩm thịt lợn xuất khẩu chỉ gồm lợn choai và lợn sữa đông lạnh. Thịt lợn mảnh của Việt Nam đã rất khó khăn để cạnh tranh trên thị trường thế giới về giá và chất lượng so với thịt lợn của Thái Lan, Trung Quốc, Braxin.

Sản lượng thịt lợn choai, lợn sữa xuất khẩu không những phụ thuộc vào sự năng động của các công ty chế biến nông sản xuất khẩu mà còn phụ thuộc vào công việc thu gom lợn. Hiện nay, do giữa công ty chế biến lợn xuất khẩu và người chăn nuôi không ký kết hợp đồng, nên khi công ty có hợp đồng xuất khẩu thì việc thu gom lợn nguyên liệu rất khó khăn và chất lượng nguyên liệu không đồng bộ.

Hiện tại ở khu vực phía Bắc có 10 đơn vị gián tiếp hoặc trực tiếp tham gia vào chế biến lợn xuất khẩu. Các công ty này tập trung chủ yếu vào các địa phương như Hải Phòng, Hải Dương, Nam Định, Thái Bình và Hà Nội. Trước đây, khi thị trường Nga đang rộng mở thì lợn mảnh được xuất khẩu nhiều. Tuy nhiên, hiện nay, thị trường thịt lợn của Việt Nam bị cạnh tranh gay gắt bởi thịt lợn của Braxin, Trung Quốc, nên các sản phẩm xuất khẩu của Việt Nam chỉ gồm lợn sữa và lợn choai đông lạnh.

Vốn cố định (không kể đất đai) của các doanh nghiệp khá thấp, chỉ dao động ở mức 5-9 tỷ đồng. Hầu hết hệ thống máy đông lạnh tại các doanh nghiệp chế biến có công suất hoạt động vừa và nhỏ. Số nhân công bình quân của các doanh nghiệp là 76,6 người, doanh nghiệp cao nhất có 150 công nhân và doanh nghiệp ít nhất có 30. Sản lượng chế biến xuất khẩu hàng năm của mỗi nhà máy là khá thấp, chỉ đạt 174,8 tấn lợn sữa và 390 tấn lợn choai đông lạnh, công suất khai thác của các xí nghiệp này mới ở mức 30-50%. Nhu cầu lợn đông lạnh xuất khẩu thường mang tính thời vụ. Các xí nghiệp chế biến lại không có kho bảo quản đủ lớn, nên xảy ra tình trạng thiếu nguyên liệu trong thời vụ và sản xuất cầm chừng lúc

bình thường. Năm 2002, cả nước có 31 cơ sở giết mổ và chế biến xuất khẩu, với tổng công suất đạt 40.000 tấn thịt lợn đông lạnh. Sang năm 2005 chỉ còn 50% số cơ sở còn hoạt động liên tục hoặc cầm chừng, số cơ sở còn lại đã chuyển hướng kinh doanh sang lĩnh vực khác. Nhìn chung, công nghệ giết mổ, chế biến thịt lợn tại các doanh nghiệp vẫn còn đơn điệu và lạc hậu, quy mô sản xuất còn hạn chế và hoạt động không ổn định.

**3.3. Phân tích tài chính các tác nhân ngành hàng lợn**

Kết quả nghiên cứu cho thấy, hoạt động chăn nuôi lợn tại ĐBSH đang từng bước phát triển, nhờ đó việc thương mại các sản

phẩm chăn nuôi lợn cũng sẽ từng bước được cải thiện và chuyên nghiệp hơn. Các tác nhân thuộc ngành hàng lợn ở các cấp độ khác nhau nhưng đều có đóng góp nhất định đối với việc phát triển của ngành hàng. Tuy nhiên, để thấy rõ hơn hiệu quả hoạt động của các tác nhân này thì phân tích tài chính là không thể thiếu.

Thông qua phân tích tài chính, chúng ta biết được các yếu tố cấu thành nên giá thành của sản phẩm, giá trị gia tăng và lợi nhuận thuần tạo ra trên mỗi đơn vị sản phẩm của từng loại tác nhân. Đối với tác nhân sản xuất lợn con trong ngành hàng việc phân tích tài chính được thể hiện qua bảng sau:

**BẢNG 4: Phân tích tài chính tác nhân sản xuất lợn con, lợn sữa (tính cho 100 kg lợn hơi)**  
(Đơn vị tính: 1000đ)

Diễn giải		Nông hộ	Trang trại	Hộ có lợn sữa XK
<b>Phân thu</b>				
Tổng CA	Tiền bán lợn	1680,8	2052,1	2187,5
	Thu từ sản phẩm phụ	50,4	61,6	65,6
<b>Phân chi</b>				
CI	Chi thức ăn	1003,1	1470,2	1264,8
	Chi phí điện nước	7,5	11,5	54,5
	Phối giống	18,4	18,5	18,0
	Thú y	40,1	27,5	20,9
Tổng CI		1069,1	1527,7	1358,2
VA	CA - CI	662,1	586,0	894,9
Am	Khấu hao chuồng trại	79,6	95,0	161,6
	Khấu hao máy móc, dụng cụ	1,3	2,3	4,3
S	Thuê lao động + Bảo hiểm	0,0	0,0	0,0
T	Thuế (môi trường, sát sinh, kiểm dịch)	0,0	0,0	0,0
I	Chi phí tài chính	0,0	1,2	0,0
Tổng	Am + S + T + I	80,9	98,5	165,9
RNE	Thu nhập thuần (VA - (Am + S + T + I))	581,2	487,5	729,0

Ghi chú: CA: tổng thu; CI: chi phí trung gian; VA: giá trị gia tăng; Am: chi phí khấu hao; S: chi phí công lao động; T: thuế; I: chi phí tài chính; RNE: thu nhập thuần.

Tác nhân sản xuất lợn con bao gồm 3 dạng: nông hộ sản xuất lợn con, trang trại sản xuất lợn con và nông hộ sản xuất lợn sữa xuất khẩu.

Chi phí đầu vào của tác nhân này bao gồm các yếu tố cấu thành nên chi phí trung gian (thức ăn, thú y, điện nước, phối giống và khoản chi phí khác như khấu hao chuồng trại).

trại, thuê lao động, chi phí tài chính... Nguồn thu chính của tác nhân sản xuất là tiền bán lợn con hoặc lợn sữa. Phần phụ thu được ước tính theo lượng phân bón tạo ra hoặc khí gas dùng cho đun nấu trong gia đình.

Giá trị VA thu được từ chăn nuôi lợn sữa xuất khẩu đạt cao nhất (894.900 đồng/100kg), tuy nhiên, nếu tính theo lứa đẻ thì giá trị này sẽ giảm xuống vì để có 100 kg lợn sữa cần khoảng 1,2 ổ lợn con. Giá trị VA tạo ra từ chăn nuôi lợn nái của khu vực trang trại (586.000đồng/100 kg lợn con) thấp hơn so với khu vực nông hộ (662.100 đồng/100 kg lợn con) là do mức đầu tư về thức ăn, chuồng trại cho chăn nuôi nái lai và nái ngoại trong

trang trại cao hơn nhiều so với nuôi nái nội trong nông hộ. Thu nhập thuần tạo ra tại hộ sản xuất lợn sữa là cao nhất, đạt 729.000 đồng/100kg lợn sữa.

Tương tự như phân tích tài chính đối với sản xuất lợn con và lợn sữa, chúng tôi tiến hành phân tích tài chính với tác nhân sản xuất lợn thịt (hộ nuôi lợn thịt, trang trại nuôi lợn thịt, hộ nuôi lợn choai xuất khẩu), tác nhân thu gom lợn (thu gom lợn con, lợn choai, lợn thịt) tác nhân giết mổ lợn địa phương và cơ sở chế biến lợn xuất khẩu. Kết quả tổng hợp một số chỉ tiêu phân tích được thể hiện qua bảng 5,6.

*So sánh tổng hợp một số chỉ tiêu kinh tế ngành hàng*

**BẢNG 5: So sánh một số chỉ tiêu kinh tế giữa các tác nhân sản xuất ngành hàng lợn**

Tác nhân sản xuất	VA (1000đ)	RNE (1000đ)	RNE/CI (%)	Chu kỳ vốn (ngày)	Quay vòng vốn (vòng/năm)
Sản xuất lợn con tại nông hộ	662,1	581,2	54,4	180,8	2,0
Sản xuất lợn con tại trang trại	586,0	487,5	31,9	174,5	2,1
Sản xuất lợn choai xuất khẩu	305,5	253,1	21,2	65,6	5,6
Sản xuất lợn sữa xuất khẩu	894,9	729,0	53,7	168,6	2,2
Sản xuất lợn thịt tại nông hộ	223,4	192,4	14,9	109,0	3,3
Sản xuất lợn thịt tại trang trại	242,1	209,6	14,5	97,6	3,7

Với các tác nhân sản xuất, kết quả cho thấy giá trị gia tăng và lợi nhuận thuần đạt được khá cao tại hộ sản xuất lợn sữa và hộ sản xuất lợn con. Cũng tương tự hiệu suất đầu tư (RNE/CI) tại 2 tác nhân này là cao nhất (53,7% và 54,4%). Tuy nhiên chu kỳ

cho đợt nuôi của tác nhân sản xuất lợn con khá dài (168,6-180,8 ngày) nên số vòng vốn/năm là khá thấp (2-2,2 vòng/năm). Chăn nuôi lợn thịt và lợn choai có chu kỳ vốn ngắn hơn và vì vậy, tốc độ quay vòng vốn nhanh hơn (lợn choai đạt 5,6 vòng/năm).

**BẢNG 6: So sánh một số chỉ tiêu kinh tế giữa các tác nhân trung gian và chế biến trong ngành hàng lợn**

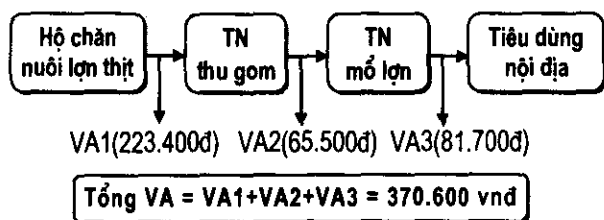
Tác nhân trung gian và chế biến	VA (1000đ)	RNE (1000đ)	RNE/CI (%)	Chu kỳ vốn (ngày)	Quay vòng vốn (vòng/năm)
Thu gom lợn con	94,6	63,0	4,2	3,1	117,7
Thu gom lợn choai	89,6	64,0	4,2	2,2	165,9
Thu gom lợn thịt	65,5	62,0	4,2	1,7	214,7
Mổ lợn địa phương	81,7	69,3	4,6	1,5	243,3
XN chế biến lợn choai xuất khẩu	116,0	44,5	2,3	7,0	52,1
XN chế biến lợn sữa xuất khẩu	272,6	167,0	7,9	7,0	52,1

Chu kỳ vốn của các tác nhân trung gian và chế biến dao động trong khoảng 1,5 - 7 ngày, ngắn hơn rất nhiều so với các tác nhân sản xuất. Do vậy, tốc độ quay vòng vốn của các tác nhân này là rất cao (đạt 52,1 - 243,3 vòng /năm). Kết quả từ bảng 6 cũng cho thấy giá trị gia tăng, lợi nhuận thuần, tỷ lệ RNE/CI đạt được cao nhất tại tác nhân chế biến xuất khẩu lợn sữa (RNE/CI: 7,9 %).

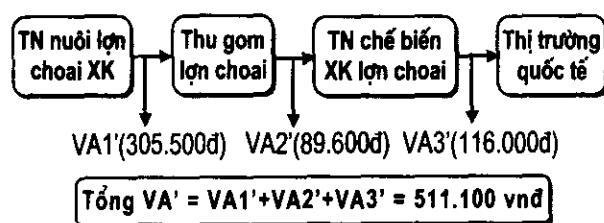
Vai trò của các tác nhân chế biến lợn xuất khẩu là rất quan trọng trong hoạt động của ngành hàng. Tác nhân này phát triển sẽ tạo ra một động lực mạnh mẽ, thúc đẩy sự phát triển của các tác nhân thu gom và các tác nhân sản xuất lợn. Có thể thấy rõ điều này qua sơ đồ 3:

**SƠ ĐỒ 3: So sánh giá trị gia tăng tạo ra tại 2 kênh ngành hàng**

**Kênh 1: Sản phẩm lợn thịt được giết mổ và tiêu thụ trong nước**



**Kênh 2: Sản phẩm lợn choai được chế biến xuất khẩu**



Khi lợn được giết mổ và tiêu thụ trong nước, tổng giá trị gia tăng chỉ đạt 370600 đồng so với khi lợn được giết mổ và xuất khẩu là 511100 đồng (VA của kênh 2 cao hơn kênh 1 là 37,9%).

Thực tế hiện nay, tỷ trọng xuất khẩu thịt lợn tại vùng ĐBSH rất thấp, ước tính chỉ đạt 5-7 % sản lượng sản xuất của vùng. Như

vậy, rõ ràng tiềm năng khai thác thịt lợn xuất khẩu tại vùng ĐBSH là rất lớn nhưng chưa được khai thác đúng mức.

**4. Một số nhận xét và đề xuất để phát triển ngành hàng lợn ĐBSH**

Ngành hàng lợn ĐBSH được hình thành và hoạt động tự phát với hệ thống các tác nhân bao gồm: tác nhân sản xuất lợn (hộ chăn nuôi lợn thịt, lợn nái và trang trại chăn nuôi lợn thịt, lợn nái), tác nhân môi giới thu gom, tác nhân mổ lợn địa phương và tác nhân chế biến lợn xuất khẩu.

Với quy mô sản xuất nhỏ lẻ, manh mún và phân tán, các tác nhân sản xuất lợn chủ yếu là nông hộ chăn nuôi (chiếm khoảng 90% sản lượng thịt); các trang trại chăn nuôi lợn cũng đã phát triển trong những năm gần đây, nhưng số lượng còn ít và quy mô còn khá hạn chế. Sự tham gia của các tác nhân trung gian (môi giới, thu gom) trong ngành hàng lợn là tất yếu, tuy nhiên, sự hoạt động của các tác nhân này vẫn còn bị động với thị trường, mang tính thời vụ và thiếu tính chuyên nghiệp. Tác nhân mổ lợn địa phương đóng vai trò quan trọng trong việc thu mua và tiêu thụ trực tiếp lợn thịt cho các nông hộ tại địa phương. Trong bối cảnh xuất khẩu thịt lợn mảnh đang gặp khó khăn, các tác nhân chế biến lợn choai và lợn sữa đông lạnh đã mở ra một hướng đi mới và có triển vọng.

Trong quá trình hoạt động, ngành hàng lợn của ĐBSH còn bộc lộ một số điểm yếu cơ bản như:

- Khâu tổ chức, liên kết hoạt động giữa các tác nhân khá lỏng lẻo, đặc biệt là tác nhân sản xuất và tác nhân chế biến lợn xuất khẩu.

- Sự ràng buộc bằng pháp luật về yêu cầu chất lượng, số lượng và giá cả của sản phẩm giữa các tác nhân không được đảm bảo.

- Kênh thông tin nhiều khi bị gián đoạn làm ảnh hưởng tới phân phối giá trị gia tăng

của ngành hàng và sự thoả mãn của các tác nhân.

- Quy mô hoạt động của các tác nhân còn nhỏ lẻ, phân tán và thiếu tính chuyên nghiệp.

Giá trị VA tạo ra tại các tác nhân đều dương (tác nhân sản xuất lợn con 586.000-894.900đ/100kg lợn con, 223.400đ - 305.500đ /100kg lợn hơi; tác nhân thu gom 65.500-94.600đ/100kg lợn hơi; tác nhân mổ lợn 81.700đ/100kg lợn hơi; tác nhân chế biến xuất khẩu 116.000đ/100kg lợn choai và 272.600đ/100kg lợn sữa). Tuy nhiên đây chỉ là phản ứng tăng cầu thịt lợn trong một thời kỳ ngắn ở nội địa, mức giá bán lợn hơi của vùng cao như vậy sẽ không thể cạnh tranh với thị trường quốc tế và sẽ bị cạnh tranh gay gắt khi nước ta hội nhập WTO.

Để phát triển ngành hàng lợn bền vững tại DBSH chúng tôi đề xuất một số giải pháp như:

- Quy hoạch vùng chăn nuôi lợn sạch (lợn thịt, lợn sữa) có năng suất và chất lượng thịt cao, đáp ứng yêu cầu xuất khẩu.

- Khuyến khích và có chính sách hỗ trợ thành lập các hội chăn nuôi lợn quy mô cấp xã và cấp huyện để có thể nâng cao hiệu quả hoạt động khuyến nông và tiêu thụ sản phẩm.

- Xây dựng một thể chế chính thức trong việc quản lý và giám sát chất lượng về con giống, thức ăn, thuốc thú y, kiểm soát dịch bệnh và môi trường chăn nuôi.

- Tổ chức tốt mạng lưới marketing với các thể chế phù hợp và linh hoạt cho hoạt động của các tác nhân trong ngành hàng./.

#### TÀI LIỆU THAM KHẢO

1. Pierre Fabre, Người dịch Vũ Đình Tôn, 1994: "*Phương pháp phân tích ngành hàng*"
2. Phạm Văn Đình, 1998: "*Phương pháp phân tích ngành hàng nông nghiệp*". Nxb Nông nghiệp.
3. Trần Lâm Bình (2004) "*Những giải pháp chủ yếu nhằm nâng cao sức cạnh tranh của thịt lợn Việt Nam*", Tạp chí Nghiên cứu kinh tế, số 312 - tháng 5-2004, tr 40-43
4. Niên giám thống kê. (2004). Nxb Thống kê - 2005, tr 2-8
5. Nguyễn Thanh Sơn: "*Chăn nuôi lợn trang trại - thực trạng và giải pháp*". Tạp chí Chăn nuôi, số 4 (62) - 2004, tr.39
6. Vũ Đình Tôn, Võ Trọng Thành, 2005 : "*Tình hình chăn nuôi lợn trong các trang trại qui mô nhỏ tại huyện Trục Ninh, tỉnh Nam Định*". T III số 3-2005 Tạp chí Khoa học kỹ thuật nông nghiệp- Trường Đại học Nông nghiệp I Hà Nội.
7. Vũ Đình Tôn, Võ Trọng Thành, 2006: "*Hiệu quả chăn nuôi lợn trong các nông hộ vùng Đồng bằng sông Hồng*". T VI, số 1-2006, Tạp chí Khoa học kỹ thuật nông nghiệp, Trường Đại học Nông nghiệp I Hà Nội.