



Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ

Phần D: Kinh tế và Pháp luật

website: sj.ctu.edu.vn

DOI:10.22144/jvn.2017.632

GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN CÁC CƠ SỞ SẢN XUẤT VÀ KINH DOANH MUỐI TỈNH BẾN TRE ĐẾN NĂM 2020

Nguyễn Thị Hoài Tiên¹ và Mai Văn Nam²

¹Trường Cao đẳng Cộng đồng Vĩnh Long

²Khoa Sau đại học, Trường Đại học Cần Thơ

Thông tin chung:

Ngày nhận: 07/06/2016

Ngày chấp nhận: 28/02/2017

Title:

Solutions for developing salt production and business in Ben Tre province until 2020

Từ khóa:

Hiệu quả sản xuất, kênh tiêu thụ muối, tỉnh Bến Tre

Keywords:

Ben Tre province, production efficiency, salt marketing channel

ABSTRACT

The study was conducted to suggest solutions to develop salt production and business in Ben Tre province. The data were collected from 159 observations involved in the marketing channels. The methods of data analysis comprised descriptive statistics, analysis of marketing channels, the cost-benefit analysis and financial ratios to evaluate the performance of salt farmers. The results showed that the retailers gained the highest profit margin, and followed by non-specialized salt wholesalers, processing companies, salt-specialized wholesalers and collectors, while salt farmers were lost due to high production costs. In addition, some suggestions were proposed to enhance the efficiency of salt industry in Ben Tre province regarding planning of salt-producing areas; application of new production methods; business-link development in salt production and distribution; cooperative establishment and support of accessing loans.

TÓM TẮT

Đề tài được thực hiện nhằm đề xuất các giải pháp phát triển các cơ sở sản xuất và kinh doanh muối tỉnh Bến Tre. Dữ liệu của nghiên cứu được thu thập từ 159 quan sát, là các tác nhân tham gia hoạt động trong kênh phân phối muối. Các phương pháp thống kê mô tả, phương pháp phân tích kênh thị trường, các chỉ số tài chính được ứng dụng để phân tích hiệu quả hoạt động sản xuất muối của diêm dân. Kết quả phân tích cho thấy, người bán lẻ là tác nhân có lợi nhuận biên cao nhất kể đến là bán sỉ không chuyên về muối, cơ sở chế biến, bán sỉ chuyên muối và thương lái, trong khi người sản xuất muối bị lỗ do chi phí sản xuất cao. Cuối cùng, đề tài đã trình bày một số giải pháp để nâng cao hiệu quả hoạt động sản xuất kinh doanh muối tại tỉnh Bến Tre như: tổ chức quy hoạch vùng sản xuất muối; áp dụng phương pháp sản xuất mới; liên kết sản xuất - tiêu thụ, thành lập hợp tác xã, hỗ trợ tiếp cận vốn vay.

Trích dẫn: Nguyễn Thị Hoài Tiên và Mai Văn Nam, 2017. Giải pháp phát triển các cơ sở sản xuất và kinh doanh muối tỉnh Bến Tre đến năm 2020. Tạp chí Khoa học Trường Đại học Cần Thơ. 48d: 77-86.

1 ĐẶT VẤN ĐỀ

Năm 2015, Cục chế biến nông lâm thủy sản và nghề muối dự báo nhu cầu sử dụng muối tiêu dùng và sản xuất nông - công nghiệp vào năm 2020 là 1,5 triệu tấn, trong khi tổng sản lượng muối hiện nay cả nước mới đạt hơn 1,3 triệu tấn. Không chỉ có tín hiệu khả quan đối với nhu cầu muối của thị

trường nội địa mà nhu cầu muối thế giới dự báo sẽ tăng 2,7% mỗi năm đến năm 2018. Điều này cho thấy nhu cầu tiêu thụ muối trong thời gian tới là rất lớn, đây sẽ là một cơ hội tốt để phát triển ngành hàng muối của cả nước. Tuy nhiên, thực tế ngành hàng muối trong những năm qua cho thấy Việt Nam chỉ chủ yếu xuất khẩu muối “thô” nhưng phải

nhập hàng chục triệu USD muối chất lượng cao phục vụ các ngành công nghiệp và y tế, lượng muối sản xuất trong nước tồn kho không ngừng tăng lên. Có thể thấy rằng, việc tìm đầu ra cho hạt muối đang là vấn đề cấp bách cần giải quyết trong giai đoạn hiện nay.

Đối với ngành sản xuất muối tinh Bến Tre, những năm qua cho thấy ngành hàng tồn tại nhiều điểm yếu như sự phát triển của ngành thiếu ổn định và bền vững do diêm dân sản xuất một cách tự phát, phương pháp sản xuất thủ công, hạt muối làm ra có chất lượng kém, hạn chế trong việc ứng dụng tiến bộ khoa học kỹ thuật và công nghệ. Và điểm hạn chế quan trọng đối với ngành hàng muối hiện nay là khâu tổ chức liên kết sản xuất và tiêu thụ sản phẩm còn rất yếu kém, khiến cho đầu ra của sản phẩm không ổn định, điệp khúc “được mùa mất giá” thường xuyên diễn ra, lượng muối tồn kho năm 2015 lên đến 62,904 tấn, diêm dân thường xuyên bị ép giá bởi thương lái. Không chỉ diêm dân gặp khó khăn mà các tác nhân trong kênh tiêu thụ muối của tỉnh cũng gặp không ít khó khăn như: quy mô sản xuất nhỏ, thiếu vốn, chịu sự cạnh tranh gay gắt với các đối thủ trong và ngoài tỉnh. Vì những lý do trên, tác giả thực hiện nghiên cứu “Giải pháp phát triển các cơ sở sản xuất và kinh doanh muối tinh Bến Tre đến năm 2020”. Nghiên cứu giúp đề xuất các giải pháp nhằm đẩy mạnh tiêu thụ sản phẩm muối, nâng cao hiệu quả kinh tế cho các cơ sở sản xuất và kinh doanh muối tại tỉnh Bến Tre trong thời gian tới.

2 MỤC TIÊU NGHIÊN CỨU

Nghiên cứu giải pháp phát triển các cơ sở sản xuất và kinh doanh muối tinh Bến Tre đến năm 2020 được thực hiện với các mục tiêu cụ thể như sau:

- Phân tích thực trạng hoạt động sản xuất và tiêu thụ muối tinh Bến Tre;
- Phân tích hiệu quả tài chính của hoạt động sản xuất muối tinh Bến Tre;
- Phân tích kênh phân phối sản phẩm muối tại tỉnh Bến Tre;
- Đề xuất giải pháp phát triển các cơ sở sản xuất và kinh doanh muối tinh Bến Tre đến năm 2020.

3 PHƯƠNG PHÁP NGHIÊN CỨU

3.1 Phương pháp thu thập số liệu

Dữ liệu thứ cấp được thu thập từ các báo cáo, tổng kết của các sở, cơ quan ban ngành có liên quan như Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn tỉnh Bến Tre, Chi cục phát triển nông thôn tỉnh Bến Tre,... các số liệu trên Internet, sách báo, tạp chí, niên giám thống kê, các tài liệu nghiên cứu có liên quan.

Dữ liệu sơ cấp được thu thập bằng cách phỏng vấn trực tiếp các tác nhân theo kênh thị trường bằng bảng câu hỏi cấu trúc. Theo các báo của Chi cục Phát triển nông thôn tỉnh Bến Tre năm 2015, cho thấy hiện nay hoạt động sản xuất muối của tỉnh Bến Tre chỉ tập trung tại 2 huyện Ba Tri và Bình Đại, do đó địa bàn được lựa chọn để tiến hành khảo sát thu thập dữ liệu sơ cấp là 2 huyện này của tỉnh Bến Tre, với tổng quan sát mẫu là 159. Đối với tác nhân diêm dân, quan sát mẫu tại hai huyện được chọn theo phương pháp chọn mẫu phi ngẫu nhiên theo cách thuận tiện thông qua sự giới thiệu của chính quyền địa phương tại 2 huyện, các tác nhân khác được chọn theo liên kết trong kênh thị trường (GTZ, 2007). Cơ cấu quan sát mẫu được thể hiện trong Bảng 1.

Bảng 1: Phân phối mẫu khảo sát

TT	Tác nhân	Số quan sát	Phương pháp thu thập
1	Diêm dân	97	Phỏng vấn trực tiếp
2	Thương lái	12	Phỏng vấn trực tiếp/ điện thoại
3	Cơ sở chế biến	4	Phỏng vấn trực tiếp
4	Bán sỉ chuyên về muối	3	Phỏng vấn trực tiếp
5	Bán sỉ không chuyên về muối	3	Phỏng vấn trực tiếp
6	Bán lẻ	5	Phỏng vấn trực tiếp
7	Người tiêu dùng	35	Phỏng vấn trực tiếp
Tổng		159	

Nguồn: Số liệu điều tra thực tế, 2015

3.2 Phương pháp phân tích số liệu

Nghiên cứu này sử dụng phương pháp thống kê mô tả nhằm phân tích thực trạng sản xuất và tiêu thụ sản phẩm muối của diêm dân tỉnh Bến Tre; các chỉ tiêu tài chính để đánh giá hiệu quả sản xuất

muối của diêm dân tỉnh Bến Tre; phương pháp phân tích kênh thị trường (Marketing channel) được sử dụng để xác định chi phí marketing và marketing biên tế, lợi nhuận biên, qua đó so sánh lợi ích và giá trị nhận được của các chủ thể tham gia sản xuất và kinh doanh muối tinh Bến Tre.

4 KẾT QUẢ VÀ THẢO LUẬN

4.1 Thực trạng sản xuất và hiệu quả sản xuất muối của diêm dân tỉnh Bến Tre

Nghề sản xuất muối ở tỉnh Bến Tre là nghề

truyền thống, xuất hiện vào năm 1950, tập trung ở 2 huyện Ba Tri và Bình Đại. Tình hình sản xuất muối của tỉnh những năm qua được thể hiện qua Bảng 2:

Bảng 2: Tình hình sản xuất muối thủ công của tỉnh Bến Tre giai đoạn 2006 - 2015

NĂM	ĐVT	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014	2015
Diện tích	Ha	793	926	1.427	1.652	1.547	1.431	1.550	1.550,1	1.597,1
Sản lượng	Tấn	29.203	44.470	54.970	80.940	61.114	36.300	70.080	69.300	100.354
Năng suất	Tấn/ha	36,8	48,0	38,5	49,0	39,5	25,4	45,2	44,7	62,8
Giá bán	Đồng/kg	825	1.700	1.450	400	700	1.025	1.300	1.000	600

Nguồn: Chi cục Phát triển nông thôn tỉnh Bến Tre, 2015

Qua bảng số liệu cho thấy tình hình sản xuất muối thủ công của tỉnh Bến Tre có sự biến động mạnh cả về diện tích lẫn năng suất sản xuất và mang tính tự phát, không ổn định qua các năm. Cụ thể năm 2010, diện tích sản xuất muối lớn nhất 1.652 ha và năm 2007 có diện tích sản xuất muối thấp nhất 793 ha. Sự biến động về diện tích sản xuất là do người dân sản xuất một cách tự phát, địa phương chưa thực hiện tốt khâu quy hoạch vùng sản xuất muối của tỉnh.

Nhìn chung, trình độ học vấn của chủ hộ còn rất thấp, trình độ tiểu học chiếm tỷ lệ cao nhất 53,6%; trình độ trung học cơ sở chiếm 35,1%. Trình độ học vấn thấp sẽ ảnh hưởng đến hiệu quả sản xuất muối của người dân. Tuy có trình độ học vấn thấp, nhưng số năm kinh nghiệm sản xuất muối của diêm dân khá cao, trung bình là 26 năm, thấp nhất là 2 năm và cao nhất là 60 năm.

Kết quả khảo sát cho thấy có đến 99% hộ sản xuất theo phương pháp truyền thống – phương pháp phơi nước phân tán, sản xuất muối trên nền

đất. Phương pháp sản xuất này có công nghệ sản xuất lạc hậu, chủ yếu dựa vào sức người, chi phí cao (chi phí thu hoạch và tiêu thụ muối, chi phí lao động, chi phí thuê đất,...), muối thô sản xuất tại tỉnh Bến Tre có chất lượng thấp do tỷ lệ NaCl thấp, độ ẩm cao, hàm lượng sunfat rất cao, 03 chỉ tiêu chất rắn không tan trong nước, magie, Canxi vượt ngưỡng cho phép so với tiêu chuẩn TCVN 9640:2013 quy định về yêu cầu kỹ thuật đối với muối công nghiệp (thể hiện ở Bảng 2).

Chất lượng muối kém đã dẫn đến muối của tỉnh nhà không đáp ứng được nhu cầu của ngành công nghiệp. Qua phỏng vấn trực tiếp với lãnh đạo của Công ty Cổ phần Muối và Thương mại Bến Tre cho biết lượng muối sản xuất tại tỉnh nhà được công ty sử dụng rất hạn chế do chất lượng muối thô sản xuất tại tỉnh Bến Tre thấp, lẫn nhiều tạp chất, hàm lượng chất rắn không tan trong nước cao. Nếu mua muối thô sản xuất tại Bến Tre về chế biến sẽ không có lợi nhuận vì tỷ lệ hao hụt sau khi rửa ở mức cao trên 15%.

Bảng 3: Kết quả chất lượng muối tỉnh Bến Tre so với TCVN 9640:2013

Số TT	Tiêu chí	ĐVT: % trọng lượng chất khô	
		Tiêu chuẩn TCVN	Chất lượng muối tỉnh Bến Tre
1	Độ ẩm, % khối lượng	≤ 6,00	10,38
2	Hàm lượng natri clorua, % khối lượng chất khô	≥ 96,50	88,64
3	Hàm lượng chất không tan trong nước, % khối lượng chất khô	≤ 0,30	0,583
4	Hàm lượng ion canxi (Ca ²⁺), % khối lượng chất khô	≤ 0,20	0,285
5	Hàm lượng ion magie (Mg ²⁺), % khối lượng chất khô	≤ 0,15	0,109
6	Hàm lượng ion sulfat (SO ₄ ²⁻), % khối lượng chất khô	≤ 0,70	8,52

Nguồn: Chi cục Phát triển nông thôn tỉnh Bến Tre, 2014

Qua điều tra cho thấy, hoạt động mua bán muối của diêm dân đa số diễn ra tại ruộng muối (chiếm 99%), nguyên nhân là do các hộ không đủ vốn để đầu tư các phương tiện chuyên chở. Thương lái đường dài là đối tượng thu mua muối chủ yếu của diêm dân, và việc mua bán không có hợp đồng chiếm 75,3%. Tình hình tiêu thụ muối hiện nay

được 79,3% diêm dân đánh giá là khó khăn, do giá cả thị trường bấp bênh, chất lượng muối thấp không đáp ứng được nhu cầu thị trường nên lượng muối tồn kho ngày càng tăng. Theo số liệu thống kê của Chi cục phát triển nông thôn tỉnh Bến Tre, đến tháng 9 năm 2015 lượng muối tồn trong diêm dân là 62.904 tấn muối thô, trong doanh nghiệp là

1.893 tấn. Ngoài ra, các hộ diêm dân còn gặp phải một số khó khăn như: thiếu vốn, hạn chế trong việc tiếp cận thông tin thị trường, kỹ thuật và công nghệ, cơ sở hạ tầng vùng muối kém gây ảnh hưởng đến quá trình vận chuyển và tiêu thụ muối.

4.2 Phân tích hiệu quả sản xuất muối của diêm dân tỉnh Bến Tre

Hiện nay, trên địa bàn nghiên cứu chưa thành lập hợp tác xã muối mà chỉ tồn tại các tổ hợp tác (THT) sản xuất và tiêu thụ muối, nhưng do nhận thức của diêm dân trong việc liên kết sản xuất và tiêu thụ chưa cao, nên số người tham gia THT còn rất ít. Để thấy rõ được lợi ích của việc liên kết sản xuất và tiêu thụ muối, bảng dưới đây so sánh về hiệu quả sản xuất giữa hai nhóm diêm dân có và không có tham gia liên kết sản xuất và tiêu thụ muối thông qua THT.

Cụ thể, hộ tham gia THT có doanh thu, lợi nhuận cao hơn so với những hộ không tham gia THT. Kết quả cho thấy năng suất trung bình của 2 nhóm diêm hộ chênh lệch không cao, nhóm hộ tham gia THT có năng suất (64,29 tấn/ha) thấp hơn nhóm diêm hộ không tham gia THT (64,68 tấn/ha) là 0,39 tấn/ha. Mặc dù tổng chi phí để sản xuất 1 kg muối của nhóm hộ tham gia THT cao hơn 64,69 đồng so với chi phí sản xuất của nhóm hộ không tham gia THT, do hộ tham gia THT sản xuất muối theo phương thức trải bạt nên chi phí cho phần bạt

khá cao (185 đồng/kg), trong khi hộ không tham gia THT sản xuất theo phương thức truyền thống không phải tốn chi phí này. Tuy nhiên, doanh thu cho 1 kg muối của nhóm hộ tham gia THT cao hơn 194,82 đồng so với nhóm hộ không tham gia THT, nguyên nhân là muối được sản xuất theo phương pháp trải bạt có chất lượng cao hơn, hạt muối trắng và nặng hạt hơn so với muối được sản xuất theo phương pháp truyền thống. Kết quả, hoạt động sản xuất muối mang lại cho nhóm diêm hộ tham gia THT lợi nhuận đạt 99,50 đồng/kg, trong khi nhóm không tham gia THT bị lỗ 30,63 đồng/kg. Điều này cho thấy việc chuyển đổi phương thức sản xuất muối thủ công sang phương pháp sản xuất muối trải bạt là một trong những vấn đề mà địa phương cũng như nông hộ cần chú trọng nhằm nâng cao hiệu quả sản xuất muối. Qua phân tích các tỷ số tài chính cho thấy được các hộ tham gia THT có hiệu quả hoạt động cao hơn hộ không tham gia THT. Cụ thể, cứ 1.000 đồng chi phí bỏ ra để sản xuất muối thì nhóm hộ tham gia THT sẽ thu được 100 đồng, trong khi nhóm hộ không tham gia THT bị lỗ, doanh thu không đủ trang trải cho chi phí, dẫn đến tỷ suất lợi nhuận trên chi phí là -0,03 lần. Kết quả phân tích này cho thấy, vấn đề tổ chức liên kết sản xuất và tiêu thụ muối thông qua các THT là vô cùng quan trọng nhằm ổn định thị trường đầu ra cho hạt muối.

Bảng 4: Hiệu quả sản xuất muối của diêm dân

Chỉ tiêu	Đơn vị tính	Hộ tham gia THT	Hộ không tham gia THT
Năng suất TB (tấn/ha)	Tấn/ha	64,29	64,68
Doanh thu	Đồng/kg	1.133,00	938,18
Tổng chi phí	Đồng/kg	1.033,50	968,81
Lợi nhuận	Đồng/kg	99,50	-30,63
Chi phí LĐGD ⁽¹⁾	Đồng/kg	404,44	553,90
Thu nhập	Đồng/kg	503,95	523,28
Thu nhập/ Ngày công LĐGD	Đồng/ngày	124.600	113.400
Lợi nhuận/ doanh thu		0,09	-0,03
Lợi nhuận/chi phí		0,10	-0,03
Thu nhập/chi phí		0,49	0,54

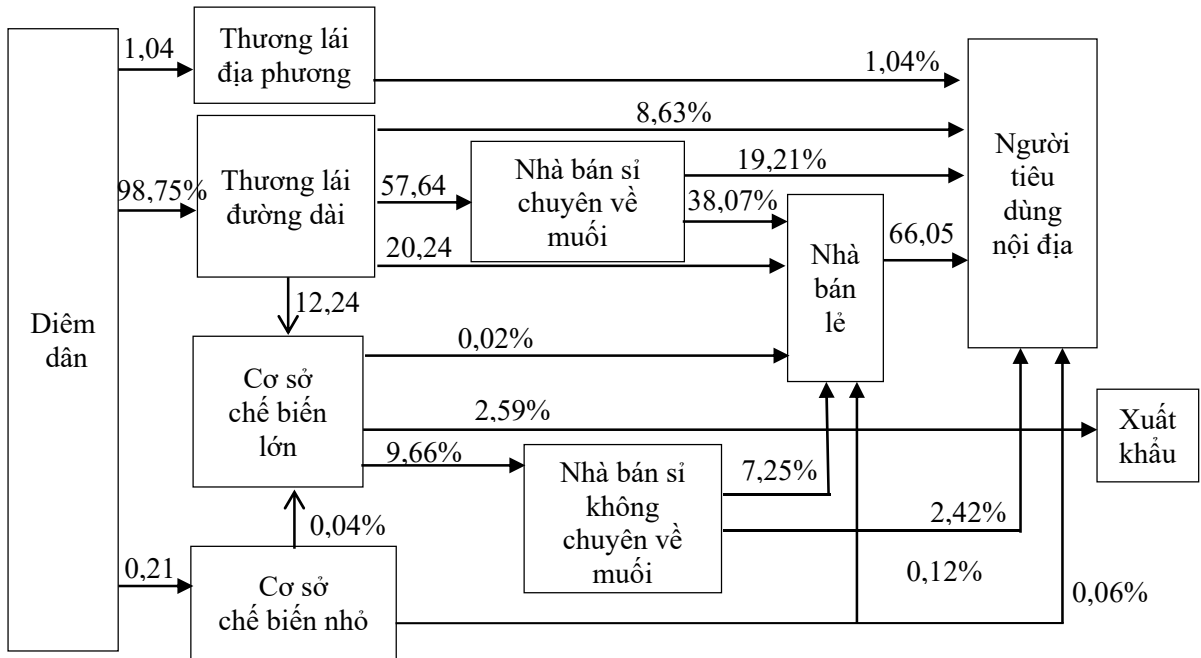
Nguồn: Số liệu điều tra, 2015

Ghi chú: (1) Lao động gia đình

4.3 Kênh phân phối sản phẩm muối tỉnh Bến Tre

Dựa trên kết quả điều tra về cơ cấu sản lượng bán ra của mỗi tác nhân tham gia kênh, tác giả tính toán và tổng hợp tỷ lệ lượng muối tiêu thụ qua từng tác nhân trong kênh phân phối muối. Tỷ lệ cụ thể được thể hiện qua Hình 1.

Có thể thấy rằng, kênh tiêu thụ muối thủ công tỉnh Bến Tre gồm nhiều kênh, tuy nhiên kênh số 1 giữ vai trò quan trọng, tiêu thụ khối lượng lớn sản lượng muối của diêm dân, kênh này cho thấy muối của tỉnh Bến Tre chủ yếu được tiêu thụ bởi các thương lái đường dài. Các kênh còn lại chủ yếu là các kênh trung gian hoặc có lưu lượng sản phẩm đi qua rất ít.



Hình 1: Sơ đồ kênh phân phối sản phẩm muối thủ công tỉnh Bến Tre

Nguồn: Số liệu điều tra thực tế, 2015

Sản phẩm muối tỉnh Bến Tre được phân phối ra thị trường theo các kênh chủ yếu sau đây:

Kênh 1: Diêm dân → Thương lái đường dài → Bán sỉ chuyên về muối → Bán lẻ → Người tiêu dùng nội địa

Muối sau khi được thu hoạch, diêm dân bán cho thương lái đường dài chiếm 98,75% toàn sản lượng muối sản xuất ra. Sau đó, thương lái đường dài sẽ vận chuyển sang các tỉnh khác thuộc Đồng bằng sông Cửu Long (ĐBSCL) để phân phối cho các đối tượng tiếp theo, trong đó bán cho bán sỉ chuyên về muối (những tiệm tạp hóa lớn, có vị trí kinh doanh khá gần với các cơ sở chế biến, tập trung tại các chợ, họ mua muối đã qua chế biến từ các CSCB và đem phân phối lại cho các tiệm tạp hóa nhỏ hơn và người tiêu dùng trong địa phương) là nhiều nhất với sản lượng chiếm 57,64%. Sau khi nhận hàng từ thương lái, bán sỉ chuyên về muối tiếp tục phân loại để bán cho nhà bán lẻ và người tiêu dùng. Qua đó ta thấy sản lượng mua bán muối được bán đến người tiêu dùng thông qua kênh 1 lớn nhất trong tất cả các kênh chi tiết.

Kênh 2: Diêm dân → Thương lái đường dài → Bán lẻ → Người tiêu dùng nội địa

Muối thô đa phần được bán cho thương lái đường dài (chiếm 98,75%). Ngoài phần sản lượng thương lái bán cho nhà bán sỉ chuyên về muối thì thương lái đường dài còn bán trực tiếp cho người bán lẻ với tỷ lệ là 20,24% tổng sản lượng của kênh.

Người bán lẻ sau đó sẽ phân phối muối đến tay người tiêu dùng (tại các chợ, sạp trái cây,...).

Kênh 3: Diêm dân → Thương lái đường dài → CSCB → Xuất khẩu

Ngoài 2 đối tượng thu mua muối của thương lái đường dài là bán sỉ chuyên về muối và nhà bán lẻ, thương lái đường dài còn bán cho CSCB. Sau khi thu mua muối của diêm dân, thương lái đường dài sẽ bán cho CSCB với tỷ lệ khá thấp 12,24%, nguyên nhân là do chất lượng muối của tỉnh chưa đạt yêu cầu chất lượng đầu vào của CSCB. Sau khi mua muối, công ty tiến hành chế biến thành các sản phẩm muối khác nhau sau đó phân phối chủ yếu cho các nhà bán sỉ không chuyên về muối (9,66%), lượng muối được xuất khẩu sang các thị trường chiếm rất ít 2,59% tổng sản lượng toàn kênh.

Kênh 4: Diêm dân → Thương lái địa phương → Người tiêu dùng nội địa

Ở kênh này thương lái địa phương thu mua muối của diêm dân tại ruộng muối với sản lượng 1,04% tổng sản lượng toàn kênh, sau đó sẽ phân phối lại cho người tiêu dùng, chủ yếu là chở đi bán cho những địa phương nơi mà người dân sống bằng nghề đánh bắt cá như An Thủy, Tân Thủy,... để ướp cá, làm mắm, làm nước mắm,...

Kênh 5: Diêm dân → Cơ sở chế biến nhỏ → Bán lẻ → Người tiêu dùng nội địa

Ngoài thương lái, diêm dân còn bán muối cho các cơ sở chế biến nhỏ (chủ yếu là các cơ sở nấu muối bột có quy mô hoạt động sản xuất rất nhỏ). Do các cơ sở này thu mua muối nguyên liệu trực tiếp từ diêm dân với lượng rất thấp, chỉ chiếm 0,21% sản lượng muối được sản xuất ra. Sau đó muối thô được nấu thành sản phẩm muối bột để bán cho nhà bán lẻ.

4.4 Phân tích chi phí sản xuất và chi phí marketing

4.4.1 Chi phí sản xuất muối của diêm dân

Chi phí sản xuất muối của diêm dân được thể hiện trong bảng sau:

Bảng 5: Chi phí sản xuất muối của diêm dân tỉnh Bến Tre

Đơn vị tính: đồng/kg

Các khoản chi phí	Chi phí bình quân	Tỉ lệ (%)
Chi phí cố định	97,98	10,11
Máy bơm nước, mô tua	19,87	2,05
Chang, bồ cào, dụng cụ chứa đựng	16,62	1,72
Nhà kho	38,33	3,96
Hồ chứa nước lã	13,68	1,41
Phương tiện vận tải	1,55	0,16
Sa gạt	7,92	0,82
Chi phí phát sinh	870,83	89,89
Chi phí thuê đất	60,81	6,28
Chi phí cải tạo đất	7,45	0,77
Chi phí thu hoạch và tiêu thụ	133,12	13,74
Chi phí nguyên, nhiên liệu	31,30	3,23
Chi phí hao hụt	68,16	7,04
Chi phí thuê máy móc	3,23	0,33
Chi phí lao động gia đình	553,90	57,17
Chi phí thuê lao động	3,95	0,41
Chi phí vốn vay	8,92	0,92
Tổng chi phí sản xuất	968,81	100,00

Nguồn: Số liệu điều tra thực tế, 2015

Trong các loại chi phí thì chi phí phát sinh chiếm tỷ trọng đến 89,89%, còn lại là chi phí cố định 10,11%. Những con số này cho thấy phương pháp sản xuất muối của tỉnh Bến Tre theo phương pháp thủ công, chủ yếu sử dụng sức lao động, trang thiết bị phục vụ cho hoạt động sản xuất đều rất thô sơ, duy chỉ có khâu lấy nước biển là sử dụng đến máy móc. Chi phí xây nhà kho chiếm tỷ trọng cao nhất (39,13%) trong tổng chi phí cố định, chi phí chi cho nhà kho dao động từ 3 - 30 triệu

đồng/nhà kho, giá trung bình xây dựng 1 nhà kho khoảng 13,6 triệu đồng. Có thể thấy chi phí này cao hơn rất nhiều so với những chi phí khác nên mỗi khi xây cất nhà kho người dân rất ngại vì thiếu vốn, trong tổng số 97 hộ thì có 7 hộ không có nhà kho vì không có khả năng về vốn. Do vậy, nhiều hộ khi thu hoạch muối xong, họ phải gọi thương lái để bán liền nhằm tránh thất thoát muối và chuyện bị ép giá là điều khó tránh khỏi.

Trong các loại chi phí sản xuất, chi phí lao động gia đình chiếm tỷ trọng cao nhất chiếm 57,17% tổng chi phí, do hoạt động sản xuất muối chủ yếu theo hình thức lấy công làm lời, chi thuê lao động khi thật sự cần thiết. Chi phí cao thứ hai là chi phí thu hoạch và tiêu thụ muối, chiếm 13,74% tổng chi phí sản xuất. Do hệ thống giao thông tại vùng sản xuất muối bị xuống cấp, cũng như chưa có tuyến đường nội đồng, các loại xe chuyên chở không thể vào được ruộng muối, hơn nữa một số con sông kênh rạch bị bồi lấp gây khó khăn cho diêm dân cũng như thương lái khi tiến hành mua bán muối. Khi bán muối diêm dân phải thuê người gánh muối đến nơi tập kết muối, làm chi phí tăng cao. Ngoài ra, chi phí hao hụt khi dự trữ muối cũng khá cao 68,16 đồng/kg. Muối được thu hoạch nhiều lần trong vụ nên nhiều hộ trữ muối lại để bán một lần khi hết vụ, hoặc trữ muối sau một khoảng thời gian để chờ giá tăng. Nhà kho tạm trữ, bảo quản muối diêm dân thường là nền đất có gia cố và vật liệu làm kho là cây gỗ và được bao quanh bằng lá dừa nước nên muối thô đưa vào bảo quản rất dễ lẫn tạp chất (đất, cát, bụi, lá,...). Chính vì vậy, chất lượng muối bị ảnh hưởng và tỷ lệ muối bị thất thoát khi dự trữ sẽ tăng.

4.4.2 Chi phí marketing của thương lái

Chi phí lao động gia đình là chi phí chiếm tỷ trọng cao nhất trong tổng chi phí marketing (45,34%), trong khi chi phí dành cho lao động thuê chỉ chiếm 6,53%. Do lợi nhuận có được từ nghề muối khá bấp bênh, chủ yếu lấy công làm lời, nên lao động tham gia vào công việc kinh doanh của thương lái đa số là lao động gia đình, họ sẽ đảm nhận cả công việc ghi chép, mua bán và bốc vát. Khoản mục chi phí lớn thứ hai trong tổng chi phí marketing là chi phí nhiên liệu, chiếm 21,47%. Kế đến là chi phí hao hụt chiếm 9% tổng chi phí, do tính chất hoạt động của nghề là gắn liền với sông nước, và phải vận chuyển muối qua nhiều khâu nên rủi ro muối bị thất thoát khá cao.

Bảng 6: Chi phí hoạt động của thương lái

Đơn vị tính: đồng/kg

Chỉ tiêu	Số tiền	Tỷ lệ (%)
Thuê mặt bằng	6,48	2,41
Khấu hao máy móc, thiết bị	10,87	4,04
Chi phí nhiên liệu	57,71	21,47
Chi phí điện thoại	3,83	1,42
Chi phí dụng cụ, bao bì	5,93	2,21
Chi phí lao động gia đình	121,90	45,34
Chi phí lao động thuê	17,55	6,53
Chi phí vốn vay	6,78	2,52
Thuế, phí	1,09	0,40
Chi phí bốc xếp	7,36	2,74
Chi phí hao hụt	24,21	9,00
Chi phí trung gian	5,14	1,91
Tổng chi phí marketing	268,86	100,00

Nguồn: Số liệu điều tra thực tế, 2015

4.4.3 Chi phí marketing của cơ sở chế biến

Kết quả Bảng 7 cho thấy, chi phí hao hụt chiếm tỷ trọng cao nhất trong tổng chi phí marketing chiếm 48,05% chi phí marketing, cũng chính vì điều này mà các CSCB yêu cầu muối thu mua phải đạt tiêu chí sạch và trắng để hạn chế tỷ lệ hao hụt. Kế đến là khoản chi phí khác (bao gồm chi phí nhiên liệu, bao bì, đóng gói, khấu hao máy móc, chi phí vay vốn, nguyên liệu khác phục vụ chế biến muối ...) chiếm tỷ lệ 36,78% tổng chi phí. Chi phí vận chuyển chiếm tỷ lệ thấp nhất trong cơ cấu chi phí marketing (0,04%). Lý do là khi thu mua muối nguyên liệu thì CSCB được thương lái vận chuyển đến cơ sở sản xuất nên chi phí này chiếm tỷ lệ rất thấp trong tổng chi phí marketing.

Bảng 7: Chi phí hoạt động của cơ sở chế biến

Đơn vị tính: đồng/kg

Chỉ tiêu	Số tiền	Tỷ lệ (%)
Chi phí vận chuyên	0,14	0,04
Chi phí lao động	55,55	15,14
Chi phí khác	134,93	36,78
Chi phí hao hụt	176,28	48,05
Tổng chi phí marketing	366,90	100,00

Nguồn: Số liệu điều tra thực tế, 2015

4.4.4 Chi phí marketing của nhà bán sỉ chuyên về muối

Tác nhân này chuyên mua muối thô từ thương lái, sau đó bán lại cho nhà bán lẻ và người tiêu dùng ở các tỉnh lân cận thuộc vùng ĐBSCL. Chi phí marketing của tác nhân này được thể hiện ở Bảng 8.

Bảng 8: Chi phí marketing của nhà bán sỉ chuyên về muối

Đơn vị: đồng/kg

Chỉ tiêu	Số tiền	Tỷ lệ (%)
Chi phí mặt bằng	4,55	1,93
Chi phí khấu hao máy móc	11,62	4,94
Chi phí nhiên liệu	48,48	20,60
Chi phí điện thoại	2,42	1,03
Chi phí vật tư, công cụ	4,04	1,72
Chi phí lao động gia đình	139,39	59,24
Chi phí đóng gói, bao bì	10,91	4,64
Chi phí hao hụt	13,91	5,91
Tổng chi phí marketing	235,32	100,00

Nguồn: Số liệu điều tra thực tế, 2015

Trong tổng chi phí marketing thì chi phí lao động gia đình chiếm tỷ trọng cao nhất, chiếm 59,24%, chủ yếu là thực hiện công việc khâu vá, vận chuyển muối đến các nhà bán lẻ. Chi phí nhiên liệu là khoản chi phí chiếm tỷ lệ cao thứ 2 trong cơ cấu chi phí marketing của bán sỉ chuyên muối, chiếm 20,6%. Lượng muối hao hụt trong quá trình bốc vá, vận chuyển chiếm khoảng 5,91% tổng chi phí marketing của người bán sỉ. Các loại chi phí còn lại chiếm tỷ lệ khá thấp trong tổng chi phí marketing.

4.4.5 Chi phí marketing của nhà bán sỉ không chuyên về muối

Tác nhân này chủ yếu là các tiệm tạp hóa khá đơn giản, họ thu mua muối đã qua chế biến từ các nhà chế biến với sản lượng khá thấp 42,6 kg/ngày, sau đó bỏ sỉ lại cho những nhà bán lẻ, đồng thời cũng bán cho người tiêu dùng tại địa phương.

Do muối là mặt hàng chiếm số lượng rất thấp trong cửa hàng của nhà bán sỉ không chuyên về muối nên chi phí marketing trong quá trình hoạt động kinh doanh của đối tượng này khá thấp chỉ bao gồm chi phí bao bì khi bán hàng (87,1%) và chi phí điện thoại (12,9%) các chi phí khác xem như bằng không.

4.4.6 Chi phí marketing của nhà bán lẻ

Đối với các nhà bán lẻ tỷ lệ vốn đầu tư cho kinh doanh muối trong tổng vốn đầu tư tiệm tạp hóa là rất thấp. Trong khi hoạt động kinh doanh của thương lái phải di chuyển qua nhiều nơi thì người bán lẻ ngồi bán cố định tại cửa hàng do đó nhà bán lẻ muối không hề tốn kém khoản chi phí vận chuyển. Chi phí marketing trong hoạt động việc kinh doanh muối của đối tượng này chỉ gồm chi phí đóng gói, với số tiền trung bình là 90,40 đồng/kg.

4.5 Phân tích phân phối lợi nhuận giữa các tác nhân trong kênh

Dựa vào bảng phân phối lợi nhuận của các tác nhân theo 1 kg muối được trình bày bên dưới, ta có cái nhìn tổng thể về kết quả sản xuất và kinh doanh của các tác nhân tham gia kênh phân phối muối tại tỉnh Bến Tre. Trong 6 tác nhân thì nhà bán lẻ muối có lợi nhuận cao nhất với mức lợi nhuận là 909,6 đồng/kg, kế đến là bán sỉ không chuyên về muối 474,67 đồng/kg, cơ sở chế biến có mức lợi nhuận

cao thứ 3 trong kênh 398,64 đồng/kg, người bán sỉ chuyên về muối xếp thứ 4 với lợi nhuận là 155,59 đồng/kg. Thương lái là đối tượng có lợi nhuận thấp thứ hai (93,42 đồng/kg) trong tổng lợi nhuận của các tác nhân. Và cuối cùng, đối tượng diêm dân là tác nhân chịu thiệt thòi nhiều nhất trong kênh phân phối muối tỉnh Bến Tre, với mức lợi nhuận là -30,63 đồng, nguyên nhân do doanh thu không đủ bù đắp chi phí bỏ ra.

Bảng 9: Phân phối lợi nhuận của các tác nhân theo 1 kg muối

Đơn vị tính: đồng/kg

Đối tượng	Giá mua (1)	Giá bán (2)	Biên tế marketing	Chi phí marketing (3)	LN biên (4)=(2)-(1)-(3)
Diêm dân	968,81*	938,18	-	-	-30,63
Thương lái	1.007,11	1.369,39	362,28	268,86	93,42
CSCB	1.401,88	2.167,42	765,54	366,90	398,64
Bán sỉ chuyên về muối	1.254,55	1.645,45	390,91	235,32	155,59
Bán sỉ không chuyên về muối	4.260,16	4.815,63	555,47	80,80	474,67
Bán lẻ	9.480,23	10.480,23	1000,00	90,40	909,60

Nguồn: Số liệu điều tra thực tế, 2015

*Ghi chú: * Chi phí sản xuất trên 1 kg muối thủ công*

5 GIẢI PHÁP PHÁT TRIỂN CÁC CƠ SỞ SẢN XUẤT VÀ KINH DOANH MUỐI TỈNH BẾN TRE

Trong tương lai, để nâng cao hiệu quả hoạt động của các cơ sở sản xuất và kinh doanh muối tỉnh Bến Tre, tác giả đề xuất một số giải pháp và kiến nghị như sau:

5.1 Giải pháp đối với từng tác nhân

Đối với hoạt động sản xuất muối của diêm dân

Chất lượng muối kém, chưa đáp ứng tốt nhu cầu thị trường do diêm dân áp dụng phương thức sản xuất thủ công, chủ yếu dựa vào kinh nghiệm, nên khó mở rộng thị trường tiêu thụ. Do đó, để có thể phát triển được nghề muối, nắm bắt cơ hội đáp ứng nhu cầu của thị trường tiêu thụ nội địa đang tăng cao thì trước hết bà con nên chuyển đổi từ phương pháp sản xuất muối truyền thống theo phương pháp thủ công sang phương pháp sản xuất muối trải bạt để nâng cao chất lượng hạt muối của vùng.

Qua phân tích cho thấy những hộ tham gia THT có hiệu quả cao hơn hộ không tham gia THT nên diêm dân cần thay đổi quan điểm, tự nguyện tham gia tổ hợp tác sản xuất, từ đó làm cơ sở để thành lập hợp tác xã tạo điều kiện thuận lợi trong việc kêu gọi các doanh nghiệp ký kết hợp đồng bao tiêu. Ngoài ra, diêm dân phải không ngừng học hỏi cách thức sản xuất mới, cập nhật các thông tin về giá cả thị trường muối, phương pháp sản xuất hiệu quả,

cũng như những chính sách, quy định đối với nghề muối thông qua các kênh chính thống như: báo đài, tivi, tạp chí,..., chú trọng thiết kế xây dựng nhà kho để đảm bảo chất lượng muối, hạn chế tỷ lệ muối hao hụt sau thu hoạch.

Đối với cơ sở chế biến muối: Cải tiến công nghệ kỹ thuật chế biến để nâng cao chất lượng sản phẩm, ký hợp đồng bao tiêu sản phẩm muối của diêm dân, đồng thời đẩy mạnh công tác nghiên cứu thị trường, đa dạng hóa sản phẩm, mở rộng thị trường, tăng cường công tác chiêu thị, quảng bá sản phẩm muối từng bước nâng cao khả năng cạnh tranh trên thị trường.

Đối với thương lái: Nâng cao chất lượng muối thu mua để gia tăng sức cạnh tranh trên thị trường, tăng cường tìm kiếm khách hàng mới, chú ý đến vấn đề bảo quản muối trong quá trình kinh doanh, ký hợp đồng mua bán với diêm dân, tránh “mua đứt bán đoạn”, đầu tư phương tiện vận chuyển hiện đại để mở rộng quy mô hoạt động, đồng thời giảm rủi ro trong quá trình vận chuyển.

Đối với bán sỉ: Tìm kiếm thêm khách hàng mới, nâng cao khả năng tiếp cận thông tin, nắm bắt ý kiến phản hồi từ phía khách hàng để từ đó có giải pháp ứng phó phù hợp, kiểm tra ghe thường xuyên, để giảm tỷ lệ muối bị hao hụt, nên ký hợp đồng mua bán với thương lái hơn là mua bán qua lời nói.

Đối với bán lẻ: Tăng cường mối quan hệ với người tiêu dùng, đa dạng các loại sản phẩm muối

thu mua để nâng cao mức độ thỏa mãn của khách hàng, cung cấp thông tin về nhu cầu, xu hướng tiêu dùng để thông tin lại cho các tác nhân khác (thương lái, bán sỉ, cơ sở chế biến) để từ đó các tác nhân kịp thời phản hồi lại cho các hộ diêm dân.

5.2 Giải pháp về chính sách

Để ngành muối của tỉnh nhà phát triển bền vững không thể thiếu đi sự hỗ trợ từ phía Nhà nước và chính quyền địa phương. Do đó, đề tài đề xuất một số kiến nghị như sau:

Nhằm khắc phục tình trạng được mùa mất giá, sản xuất tự phát, đón nhận cơ hội nhu cầu muối đang tăng cao, địa phương cần tổ chức thực hiện tốt việc quy hoạch vùng sản xuất muối theo Quyết định số 4513/QĐ-BNN-CB ngày 21/10/2014 của Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn về quy hoạch phát triển sản xuất muối đến năm 2020 và tầm nhìn đến năm 2030. Chỉ đạo rà soát thực trạng, quy hoạch để giao đất hoặc cho thuê đất và cấp giấy chứng nhận quyền sử dụng đất, hỗ trợ chuyển đổi diện tích sản xuất muối không hiệu quả sang hình thức canh tác khác.

Kết quả khảo sát cho thấy, 66% số diêm dân kiến nghị chính quyền địa phương hỗ trợ vốn vay lãi suất ưu đãi để giải quyết tình trạng thiếu vốn trong sản xuất. Do đó, địa phương cần tạo điều kiện thuận lợi để diêm dân tiếp cận được nguồn vốn với lãi suất thấp để họ mạnh dạn đầu tư, đổi mới công nghệ sản xuất, áp dụng phương pháp sản xuất muối trải bạt từ đó nâng cao chất lượng muối, nâng cao khả năng cạnh tranh của sản phẩm.

Diêm dân và thương lái gặp nhiều khó khăn trong quá trình vận chuyển tiêu thụ muối do cơ sở hạ tầng kém. Để ngành muối phát triển Nhà nước cần đầu tư vốn để nâng cấp cơ sở hạ tầng, hệ thống giao thông tại vùng sản xuất muối nhằm giúp quá trình mua bán các sản phẩm muối được diễn ra dễ dàng, chủ động hơn trong khâu tiêu thụ muối, giảm chi phí vận chuyển muối cho diêm dân.

Chi phí xây cất nhà kho là một trong những khó khăn mà người diêm dân phải đối mặt, hơn nữa chất lượng nhà kho không đảm bảo dẫn đến tỷ lệ muối hao hụt cũng như muối bị lẫn tạp chất ở mức cao gây khó khăn trong việc bán sản phẩm. Vì vậy, Nhà nước cần hỗ trợ xây dựng nhà kho tập trung muối tại vùng sản xuất nhằm tạo sự thuận tiện cho quá trình tiêu thụ muối, giảm tỷ lệ muối bị hao hụt, đảm bảo chất lượng muối sau thu hoạch, giá cả cao hơn.

Chính quyền, địa phương cần kêu gọi sự hợp tác, liên kết sản xuất và tiêu thụ muối của người dân, thành lập các hợp tác xã sản xuất và tiêu thụ muối đủ mạnh, góp phần bình ổn giá, bảo vệ quyền lợi cho các diêm hộ, tránh bị thương lái ép giá, đồng thời học hỏi kinh nghiệm sản xuất lẫn nhau, nâng cao hiệu quả sản xuất. Ngoài ra, các tổ hợp tác nên thành lập một nguồn quỹ từ vốn góp của tổ viên để hỗ trợ cho diêm dân nào có nhu cầu và được thực hiện luân phiên vay vốn định kỳ theo tháng hoặc theo quý và sẽ hoàn trả khi vụ muối kết thúc.

Chính quyền nên mời gọi các doanh nghiệp tiêu thụ muối sạch trong và ngoài tỉnh về liên kết, ký hợp đồng bao tiêu sản phẩm cho bà con nhằm đảm bảo giá cả đầu ra ổn định.

Cán bộ khuyến diêm phải thường xuyên phổ biến tuyên truyền thông tin đến diêm dân, cung cấp thông tin cho diêm dân một cách kịp thời, đầy đủ về các vấn đề như: sự biến động về giá cả thị trường, dự báo nhu cầu sử dụng muối sắp tới; yêu cầu về chất lượng muối; giá cả các nguyên vật liệu đầu vào; phương thức canh tác hiệu quả, tiên tiến; dự báo thời tiết.

6 KẾT LUẬN

Kết quả nghiên cứu đã cho thấy, nghề muối đã hình thành lâu đời và trở thành nghề truyền thống của bà con diêm dân tỉnh Bến Tre. Hoạt động sản xuất muối ở tỉnh Bến Tre những năm qua mang tính tự phát, sản xuất theo kiểu gia đình, thiếu sự hợp tác, liên kết sản xuất và tiêu thụ sản phẩm làm ảnh hưởng xấu đến hiệu quả sản xuất. Phương pháp sản xuất muối thủ công tại tỉnh Bến Tre rất vất vả, chất lượng kém nên khó mở rộng thị trường tiêu thụ. Quá trình sản xuất và tiêu thụ muối của diêm dân còn gặp nhiều khó khăn, do nhiều nguyên nhân như: cơ sở hạ tầng kém, sản phẩm chưa được đảm bảo đầu ra, thiếu vốn sản xuất, chi phí sản xuất cao, giá cả biến động khiến tình hình tiêu thụ khó khăn. Sản phẩm muối của tỉnh chủ yếu được tiêu thụ bởi thương lái đường dài, lượng muối được tiêu thụ thông qua cơ sở chế biến rất hạn chế do chất lượng muối của tỉnh còn thấp. Nghề sản xuất và kinh doanh muối đã mang lại lợi ích cho các tác nhân, nhưng chỉ có tác nhân diêm dân chịu thua lỗ. Để phát triển bền vững nghề sản xuất muối, mỗi tác nhân tham gia kênh cần có sự nỗ lực khắc phục những hạn chế và liên kết với nhau trong quá trình sản xuất lẫn tiêu thụ, đồng thời chính quyền địa phương cần có những chính sách hỗ trợ người dân một cách toàn diện và phù hợp.

TÀI LIỆU THAM KHẢO

Bộ Nông nghiệp và Phát triển nông thôn, 2014.

Quyết định 4513/QĐ-BNN-CB năm 2014 về việc phê duyệt “Quy hoạch phát triển sản xuất muối đến năm 2020 và tầm nhìn đến năm 2030”.

Chi cục Phát triển nông thôn tỉnh Bến Tre, 2015. Tình hình sản xuất, tiêu thụ, chế biến muối năm 2015.

Cục Chế biến, Thương mại, nông lâm thủy sản và nghề muối, 2015. Sản xuất muối công nghiệp - Kỳ I: Nghịch lý thiếu, thừa, truy cập ngày: 30/09/2015. <http://www.chebien.gov.vn/ContentDetail.aspx?CategoryId=9&Id=16062>.

GTZ. 2007. Valuelinks manual. The methodology of value chain promotion. Eschborn, Germany: Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit (GTZ). http://www2.gtz.de/wbf/4tDx9kw63gma/ValueLinks_Manual.pdf

Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Bến Tre, 2012. Báo cáo tóm tắt quy hoạch phát triển sản xuất muối tỉnh Bến Tre đến năm 2020.