

Value chain analysis of *Mokara* orchids cut flowers in Cu Chi district, Ho Chi Minh City

Quan V. Nguyen*, & Tien T. M. Duong

Faculty of Environment and Natural Resources, Nong Lam University, Ho Chi Minh City, Vietnam

ARTICLE INFO

Research Paper

Received: September 15, 2020

Revised: October 13, 2020

Accepted: October 26, 2020

Keywords

Cu Chi

Cultivation

Farmer households

Mokara orchids cut flowers

Value chain

*Corresponding author

Nguyen Van Quan

Email: nkh.canhquanhoavien@hcmuaf.edu.vn

ABSTRACT

The study was conducted to determine the value chain of *Mokara* orchids cut flowers in Cu Chi district, Ho Chi Minh City. Research data were collected by surveying 98 *Mokara* orchid farmers, 8 traders collecting flower branches, 8 *Mokara* orchid shop owners in Ho Thi Ky flower market. The study used descriptive statistics to assess the state of production and SWOT analysis to find out solutions for enhancing the *Mokara* orchid value. The results of the study showed that the average area for growing *Mokara* orchids was 0.33 ha per household. The average profit per 0.33 ha was VND 231 million per year. The value chain had 5 basic functions such as input function, production, collection, trade and consumption. There were 5 *Mokara* orchid value chains, corresponding to the value chain with 4 main trading channels. In particular, the trading channel for traders accounted for a high proportion (76.5%). The main source of selling price information came from traders (73.5%). Up to 55.1% of farmers believed that traders decided the purchase price. The compromise between farmers and traders on purchase price accounted for 32.7% and the rest of households (12.2%) set their own prices. Based on the results of value chain analysis, SWOT analysis was conducted to find out the strengths, weaknesses, opportunities and threats of partners participating in the value chain, thereby proposing some solutions to improve the production efficiency of *Mokara* orchid cut flowers in Cu Chi district, Ho Chi Minh City.

Cited as: Nguyen, Q. V., & Duong, T. T. M. (2020). Value chain analysis of *Mokara* orchids cut flowers in Cu Chi district, Ho Chi Minh City. *The Journal of Agriculture and Development* 19(5), 1-8.

Phân tích chuỗi giá trị ngành hoa lan *Mokara* cắt cành trên địa bàn huyện Củ Chi, Thành phố Hồ Chí Minh

Nguyễn Văn Quân* & Dương Thị Mỹ Tiên

Khoa Môi Trường và Tài Nguyên, Trường Đại Học Nông Lâm TP.HCM, TP. Hồ Chí Minh

THÔNG TIN BÀI BÁO

Bài báo khoa học

Ngày nhận: 15/09/2020

Ngày chỉnh sửa: 13/10/2020

Ngày chấp nhận: 26/10/2020

Từ khóa

Chuỗi giá trị

Củ Chi

Lan *Mokara* cắt cành

Nông hộ

Trồng trọt

*Tác giả liên hệ

Nguyễn Văn Quân

Email: nckh.canhquanhoavien@hcmuaf.edu.vn

TÓM TẮT

Nghiên cứu được thực hiện nhằm xác định chuỗi giá trị ngành hoa lan *Mokara* cắt cành trên địa bàn huyện Củ Chi, Thành phố Hồ Chí Minh. Dữ liệu nghiên cứu được thu thập từ 98 mẫu điều tra nông hộ trồng lan *Mokara*, 8 mẫu điều tra thương lái thu gom sản phẩm cành hoa, 8 mẫu điều tra tiểu thương kinh doanh hoa lan *Mokara* ở chợ đầu mối hoa Hồ Thị Kỷ. Nghiên cứu sử dụng phân tích thống kê mô tả (Descriptive Statistics) để đánh giá thực trạng sản xuất; phân tích SWOT để tìm ra các giải pháp nâng cao giá trị hoa lan *Mokara*. Kết quả nghiên cứu cho thấy, diện tích trồng lan *Mokara* cắt cành bình quân là 0,33 ha/hộ; lợi nhuận trung bình trên 0,33 ha là 231 triệu đồng/năm. Chuỗi giá trị có 5 chức năng cơ bản: chức năng đầu vào, sản xuất, thu gom, thương mại và tiêu dùng; có 5 chuỗi giá trị hoa lan *Mokara*, tương ứng với chuỗi giá trị có 4 kênh buôn bán chủ yếu. Trong đó, kênh buôn bán cho thương lái chiếm tỉ trọng cao (76,5%). Nguồn thông tin giá bán chủ yếu đến từ thương lái (73,5%). Có đến 55,1% nông hộ cho rằng thương lái quyết định giá mua; 32,7% là sự thỏa thuận giữa nông hộ và thương lái; còn lại nông hộ tự định giá chiếm 12,2%. Dựa trên kết quả phân tích chuỗi giá trị, tiến hành phân tích SWOT để tìm ra điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức của tác nhân tham gia chuỗi giá trị, từ đó đề xuất ra một số giải pháp nhằm mang lại hiệu quả trong sản xuất tương lai đối với cây hoa lan *Mokara* cắt cành trồng tại huyện Củ Chi, Thành phố Hồ Chí Minh.

1. Đặt Vấn Đề

Thị trường hoa cắt cành Việt Nam tuy phát triển đáng kể trong những năm qua nhưng vẫn được coi là thị trường còn non trẻ. Mức tiêu thụ hoa cắt cành có liên quan mật thiết đến các dịp lễ, Tết, các ngày cúng kỵ theo phong tục, tâm linh của người Việt Nam. Việc sản xuất hoa của các nông hộ cũng thường theo lịch và tính thời vụ này để sản xuất nhằm mang lại hiệu quả cao hơn. Thị trường hoa Việt Nam còn là một thị trường hầu như khép kín. Hầu hết hoa sản xuất

ra được tiêu dùng trong nước. Hiện còn chưa có số liệu thống kê chính xác về mức tiêu dùng trên đầu người và sự phân bố thị trường hoa hay các nghiên cứu, đánh giá chi tiết về thị trường tiêu dùng hoa cắt cành trong nước, nhưng có thể xem mức tiêu dùng hoa của Việt Nam còn rất thấp và phân bố không đều (Pham, 2015).

Hoa lan *Mokara* là sản phẩm độc đáo, phát triển tốt với điều kiện thời tiết Thành phố Hồ Chí Minh, đây là loại cây mang lại giá trị kinh tế cao gấp 70 – 80 lần so với trồng lúa (Tran, 2007), phù hợp chuyển dịch cơ cấu cây trồng vật

nuôi, tăng hiệu quả sản xuất nông nghiệp, là sản phẩm đặc thù của nền nông nghiệp đô thị. Thời gian gần đây, thị trường Thái Lan có vẻ như đang giảm dần việc trồng và cung cấp lan giống *Mokara* vì theo doanh nghiệp ở Thái Lan, giống *Mokara* đang trồng tại Thành phố Hồ Chí Minh và cả khu vực Đông Nam Bộ như Tây Ninh, Đồng Nai, Bà Rịa - Vũng Tàu có điều kiện về thời tiết, thổ nhưỡng phù hợp hơn so với trồng ở Thái Lan, nên về lâu dài Việt Nam sẽ có lợi thế cạnh tranh hơn nên doanh nghiệp Thái Lan đã đẩy mạnh sản xuất cũng như nghiên cứu giống *Dendrobium* (Cong, 2012).

Mặc dù được sự hỗ trợ từ cán bộ khuyến nông, chính quyền địa phương các cấp, song trong quá trình sản xuất hoa lan *Mokara*, nông hộ vẫn gặp nhiều khó khăn từ khâu sản xuất cho đến tiêu thụ. Diện tích trồng trở nhỏ lẻ, theo hướng tự phát, thiếu sự tập trung nên việc ứng dụng khoa học công nghệ cao vào sản xuất gặp nhiều trở ngại, để khắc phục khó khăn trên đòi hỏi phải tìm ra các giải pháp thiết thực phù hợp với thực trạng hiện nay. Vì vậy, nghiên cứu được tiến hành nhằm phân tích tình hình sản xuất, các yếu tố ảnh hưởng đến sản xuất và giá bán hoa lan *Mokara* trên địa bàn huyện Củ Chi. Từ kết quả phân tích, tiến hành đánh giá về thực trạng sản xuất, mô tả và phân tích hệ thống tiêu thụ sản phẩm hoa lan *Mokara*, xây dựng một số giải pháp giúp nâng cao hiệu quả trong sản xuất hoa lan *Mokara*, đáp ứng được nhu cầu thị trường.

Mục tiêu của nghiên cứu là phân tích chuỗi giá trị sản phẩm hoa lan *Mokara* cắt cành và các vấn đề liên quan nhằm giúp các nhà quản lý, nhà tạo lập chính sách có thêm cơ sở để hoạch định và thiết kế những chính sách phù hợp nhằm tăng hiệu quả sản xuất và tiêu thụ cũng như nâng cao việc liên kết giữa nông hộ và tác nhân góp phần phát triển bền vững chuỗi ngành hàng. Các mục tiêu cụ thể bao gồm: (i) Đánh giá thực trạng chuỗi giá trị sản phẩm hoa lan *Mokara* cắt cành; (ii) Phân tích SOWT chuỗi hoa lan *Mokara* cắt cành từ đó đưa ra các đề nghị giải pháp và chính sách nâng cấp chuỗi giá trị và phát triển bền vững chuỗi.

2. Vật Liệu và Phương Pháp Nghiên Cứu

2.1. Phương pháp tiếp cận

Nghiên cứu sử dụng khung lý thuyết của phân tích chuỗi giá trị sản phẩm - ứng dụng trong lĩnh vực nông nghiệp của Vo & Nguyen (2013),

phương pháp liên kết chuỗi giá trị của GTZ (2007).

2.2. Cơ mẫu và quan sát mẫu

Đối với chủ thể nông hộ, nghiên cứu sử dụng phương pháp chọn mẫu ngẫu nhiên đơn giản vì đây là phương pháp dễ làm, tính khách quan cao, tiến hành tương đối đơn giản, áp dụng phù hợp với cỡ mẫu nhỏ (Do, 2008). Đối với các tác nhân thương lái/công ty và tiểu thương, do đối tượng phân bố không đều và khó tiếp cận trên địa bàn khảo sát, nên phương pháp chọn mẫu thuận tiện và phương pháp liên kết chuỗi GTZ (2007) được sử dụng để thu thập dữ liệu (Bảng 1).

2.3. Phương pháp thu thập dữ liệu

Dữ liệu thứ cấp: Các thông tin liên quan đến sản xuất, tiêu thụ hoa lan *Mokara* được thu thập từ Phòng Kinh tế, Trạm Bảo vệ thực vật huyện Củ Chi. Ngoài ra, các thông tin về chuỗi giá trị hoa lan *Mokara* được thu thập từ báo, đài, internet và các nghiên cứu trước.

Dữ liệu sơ cấp: Khảo sát, phỏng vấn trực tiếp hoặc gián tiếp qua điện thoại bằng bảng câu hỏi đối với tác nhân tham gia chuỗi như nông hộ, thương lái/công ty, tiểu thương.

2.4. Phương pháp phân tích

Đối với mục tiêu 1: Sử dụng phương pháp phân tích định tính, thống kê mô tả bằng phần mềm R (Nguyen, 2014) và phương pháp phân tích chuỗi giá trị.

Đối với mục tiêu 2: Sử dụng phương pháp phân tích ma trận SWOT và kết quả phân tích mục tiêu 1.

3. Kết Quả và Thảo Luận

3.1. Thực trạng sản xuất

Kết quả phân tích số liệu điều tra cho thấy, diện tích (DT) sản xuất bình quân là 0,33 ha/hộ, hộ có diện tích lớn nhất là 1,5 ha; hộ có diện tích nhỏ nhất là 0,02 ha. Sản xuất hoa lan *Mokara* cắt cành đã có từ rất lâu, với hộ có tuổi vườn (KN) lâu nhất là 22 năm, ít nhất là 1 năm, bình quân thời gian sản xuất là 7,35 năm. Hình thức buôn bán chủ yếu của nông hộ là bán sỉ (BS) cho các tác nhân thu mua số lượng lớn như thương lái, công ty, cửa hàng, cửa hàng hoa và chợ chiếm

Bảng 1. Cơ cấu mẫu và phương pháp chọn mẫu trong nghiên cứu

STT	Đối tượng quan sát	Số quan sát	Phương pháp chọn mẫu
1	Nông hộ	98	Ngẫu nhiên đơn giản (Do, 2008)
2	Thương lái	8	Thuận tiện và liên kết chuỗi của GTZ (2007)
3	Tiểu thương	8	Thuận tiện và liên kết chuỗi của GTZ (2007)

Bảng 2. Thực trạng sản xuất hoa lan *Mokara* cắt cành của các nông hộ trên địa bàn huyện Củ Chi, TP. Hồ Chí Minh

	Nông hộ	Nhỏ nhất	Lớn nhất	Trung bình	Độ lệch chuẩn
Diện tích (m ²)	98	200,00	15000,00	3294,28	2980,13
Tuổi vườn (năm)	98	1,00	22,00	7,35	4,56
Bán sỉ (%)	980,00	100,00	91,22	25,90	
Bán lẻ (%)	98	0,00	100,00	8,78	25,90
Lợi nhuận (triệu đồng)	98	0,00	1200,00	230,97	258,53

Nguồn: Kết quả phân tích năm 2020.

91,22%; còn lại là bán lẻ (BL) với số lượng ít, trực tiếp cho người tiêu dùng chiếm 8,78%. Nông hộ thường chỉ chọn một trong hai hình thức là bán sỉ hoặc bán lẻ theo quy mô diện tích sản xuất và số lượng cành hoa thu hoạch. Tuy nhiên, để tối đa lợi nhuận, một số nông hộ kết hợp cả bán sỉ và bán lẻ, nhưng hình thức chủ yếu vẫn là bán sỉ. Kết quả phân tích hình thức buôn bán dựa vào tổng tỷ lệ phần trăm cộng dồn của bán sỉ và bán lẻ trên từng nông hộ. Với những nông hộ có diện tích sản xuất dưới 200 m² và cành hoa thu hoạch trung bình từ 500 cành/tháng thì nông hộ bán lẻ trực tiếp cho người tiêu dùng tại địa phương, còn đối với nông hộ sản xuất trên 200 m² và cành hoa thu hoạch trung bình từ 1000 cành/tháng thì hình thức bán sỉ sẽ phù hợp hơn vì giúp tiêu thụ nhanh, nông hộ không cần phải tìm kiếm thị trường. Lợi nhuận (LN) hằng năm ước tính trên 0,33 ha là 231 triệu đồng. Kết quả được trình bày ở Bảng 2.

3.2. Mô tả chuỗi giá trị hoa lan *Mokara*

Chuỗi giá trị sản phẩm hoa lan cắt cành trên địa bàn huyện Củ Chi, Thành phố Hồ Chí Minh gồm 5 chức năng cơ bản sau:

Chức năng đầu vào cho người trồng hoa bao gồm cây giống, vật tư nông nghiệp trồng lan như hệ thống tưới, lưới che nắng, giá thể trồng và vật tư khác.

Chức năng sản xuất bao gồm các hoạt động trồng và thu hoạch hoa.

Chức năng thu gom là chức năng trung gian, vận chuyển hoa từ người sản xuất đến các tác nhân tiếp của chuỗi giá trị.

Chức năng thương mại bao gồm các hoạt động mua bán hoa lan *Mokara* đến người tiêu dùng trong và ngoài Thành phố Hồ Chí Minh.

Chức năng đầu ra (tiêu dùng) gồm các hoạt động mua hoa lan *Mokara* để tiêu dùng trực tiếp.

Tương ứng với mỗi chức năng trong chuỗi có ít nhất một tác nhân tham gia chuỗi và các tác nhân này kết nối với nhau thành một hệ thống cung ứng lẫn nhau từ sản xuất đến tiêu thụ gọi là hệ thống chuỗi, được thể hiện qua Hình 1.

Chức năng của các đơn vị, tổ chức hỗ trợ chuỗi:

Các đại lý phân, thuốc bảo vệ thực vật: Cung cấp các loại vật tư nông nghiệp đầu vào như phân, thuốc, nông dược trong sản xuất.

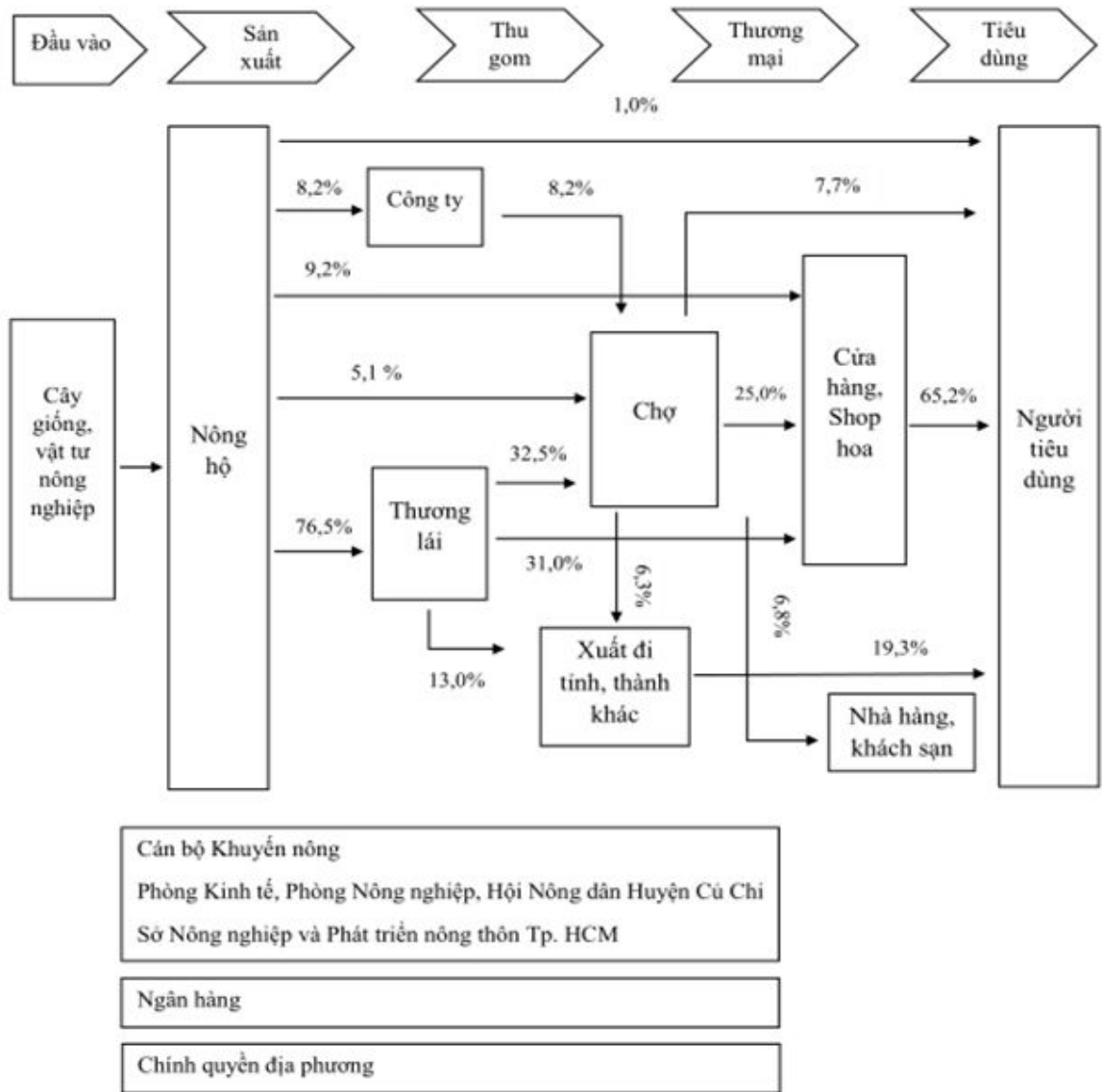
Cán bộ khuyến nông: hỗ trợ tư vấn, mở các lớp tập huấn khuyến nông về kỹ thuật trồng, kỹ thuật chăm sóc, phòng ngừa sâu bệnh hại hoa lan, xây dựng các mô hình trồng lan đạt hiệu quả cao.

Chính quyền địa phương hỗ trợ các chính sách, công tác khuyến nông trong chuyển đổi cơ cấu cây trồng vật nuôi theo hướng mang lại giá trị kinh tế cao. Quản lý, phát triển vùng trồng lan phù hợp với quy hoạch phát triển vùng chuyên canh sản xuất của địa phương.

Ngân hàng hỗ trợ cho các nông hộ vay vốn để tham gia sản xuất vì chi phí đầu tư ban đầu cho hoa lan *Mokara* còn rất lớn, ít nhất khoảng 3,5 tỷ đồng/ha (Tien, 2019), gồm xây dựng giàn đỡ, hệ thống tưới nước, phun thuốc tự động, hệ thống thoát nước, hệ thống nhà lưới, cây giống, phân bón.

Theo Hình 1, chuỗi giá trị hoa lan *Mokara* cắt cành gồm:

Chuỗi 1: Nông hộ > Người tiêu dùng



Hình 1. Sơ đồ chuỗi giá trị hoa lan Mokara cắt cành của nông hộ trên địa bàn huyện Củ Chi, Thành phố Hồ Chí Minh (Nguồn: Kết quả phân tích năm 2020).

Chuỗi 2: Nông hộ > Chợ truyền thống > Người tiêu dùng

Chuỗi 3: Nông hộ > Cửa hàng, cửa hàng hoa > Người tiêu dùng

Chuỗi 4: Nông hộ > Công ty > Chợ truyền thống > Cửa hàng, cửa hàng hoa > Người tiêu dùng

Chuỗi 5: Nông hộ > Thương lái > Chợ truyền thống/Cửa hàng, cửa hàng hoa/Xuất đi các tỉnh thành ngoài Thành phố Hồ Chí Minh > Người tiêu dùng

Nghiên cứu xác định có 4 kênh buôn bán sau:

Kênh buôn bán thứ 1 (Chuỗi giá trị 1): Nông hộ bán lẻ trực tiếp tại vườn (chiếm 1,0%) cho người dân địa phương xung quanh đến mua về sử dụng nhân các dịp khác nhau.

Kênh buôn bán thứ 2 (Chuỗi giá trị 2, 3): Nông hộ mang hoa đi bỏ mồi cho các tiểu thương ở chợ truyền thống (chiếm 5,1%) hoặc các cửa hàng, cửa hàng hoa (chiếm 9,2%) trong địa bàn huyện và tỉnh lân cận như Bình Dương, Tây Ninh.

Kênh buôn bán thứ 3 (Chuỗi giá trị 4): Các

nông hộ bán trực tiếp cho các công ty (chiếm 8,2%). Hoa lan được công ty phân loại, vận chuyển đến các chợ đầu mối hoa trong địa bàn Thành phố Hồ Chí Minh như chợ hoa Hồ Thị Kỷ, chợ đầu mối Dầm Sen.

Kênh buôn bán thứ 4 (Chuỗi giá trị 5): Bán cho thương lái. Đây là kênh chủ yếu của nông hộ sản xuất hoa lan *Mokara* cắt cành (chiếm 76,5%). Sau khi thu gom của các nông hộ, thương lái sẽ mang cung ứng cho các tiểu thương ở các chợ đầu mối hoa; các cửa hàng, cửa hàng hoa trong và ngoài Thành phố Hồ Chí Minh.

Kết quả nghiên cứu chức năng và chuỗi giá trị có sự tương đồng với kết quả nghiên cứu của Nguyen & Luu (2009) về chuỗi giá trị ngành khóm ở tỉnh Hậu Giang, Nguyen & Vo (2019) về chuỗi giá trị ngành hàng xoài tại huyện Tịnh Biên, tỉnh An Giang. Kết quả nghiên cứu kênh buôn bán tương tự kết quả nghiên cứu của Nguyen & ctv. (2018) về chuỗi giá trị sản phẩm dâu Hạ Châu ở huyện Phong Điền, thành phố Cần Thơ.

Phần lớn nông dân bán cành hoa cho thương lái trong địa bàn ấp, xã, huyện và một số thương lái từ trong và ngoài thành phố. Với lý do có mối quan hệ quen biết và quan hệ kinh tế nhiều năm tạo nên sự tin cậy giữa hai nhóm tác nhân này nên chỉ có 12,2% nông hộ tiến hành ký kết hợp đồng mua bán bằng văn bản với thương lái thu gom, còn lại 87,8% là sự thỏa thuận dựa vào uy tín lẫn nhau. Việc không ký kết hợp đồng mua bán chứa đựng nhiều rủi ro hơn cho nông hộ khi mùa sản xuất vào mùa hoa rộ (tháng 3 và 4 hàng năm), lúc này hoa nở nhiều, nguồn cung hoa vượt quá nhu cầu tiêu thụ; những hộ có ký kết hợp đồng mua bán thì thương lái vẫn duy trì mua hoa nhưng với giá thấp; còn đối với những hộ không ký kết hợp đồng, thương lái mua với giá thấp kèm theo yêu cầu về chất lượng hoa cao nên số lượng thu mua rất hạn chế so với năng suất đạt được hoặc ngừng thu mua, nông hộ phải tự đi tìm đầu ra khác thay thế hoặc cắt bỏ hoa.

Vai trò của tác nhân thương lái: Qua khảo sát cho thấy, kênh tiêu thụ chính của nông hộ là thương lái (chiếm 76,5%). Điều này cho thấy quan hệ thị trường giữa nông hộ trồng lan và thương lái là rất quan trọng. Có đến 55,1% số nông hộ cho rằng thương lái quyết định giá mua; 32,7% là sự thỏa thuận giữa hai bên nông hộ và thương lái; còn lại nông hộ tự định giá chiếm 12,2%. Thông thường nông dân dựa trên ba nguồn thông tin chủ yếu về giá hoa để có cơ sở quyết định bán. Nguồn thông tin chủ yếu đến từ thương lái (73,5%), từ

nông hộ khác trong vùng (5,1%) và thông qua thông tin giá trên báo đài, kinh nghiệm bán hoa qua nhiều năm canh tác (21,4%). Dựa trên cơ sở thông tin giá này, nông hộ quyết định giá bán và đối tượng mua hoa. Vì vậy, khi hướng đến giải pháp tăng cường liên kết dọc giữa nông hộ và kênh tiêu thụ ngoài thương lái, không thể không tính đến vai trò trung gian của mạng lưới thương lái thu mua tại chỗ. Các phương thức sản xuất theo hợp đồng trực tiếp giữa doanh nghiệp và nông dân có thể sẽ không phù hợp với nông hộ sản xuất nhỏ và có thể sẽ không thay thế được mạng lưới thương lái thu mua được xây dựng dựa trên quan hệ tài chính và lòng tin với người sản xuất.

3.3. Phân tích SWOT nông hộ sản xuất hoa lan *Mokara* cắt cành

Từ kết quả phân tích các tác nhân tham gia trong chuỗi, nhận thấy chuỗi giá trị sản phẩm hoa lan *Mokara* tồn tại những điểm mạnh, điểm yếu, cơ hội và thách thức nhất định, mục đích của phân tích SWOT là để có cái nhìn tổng thể về sản xuất và tiêu thụ sản phẩm làm cơ sở đề ra các giải pháp hoàn thiện chuỗi giá trị hoa lan *Mokara* (Bảng 3).

3.4. Đề xuất một số giải pháp nâng cao hiệu quả sản xuất

Tổ chức lại kênh phân phối theo hướng phát triển thị trường nội địa và tăng cường kiểm soát chất lượng trong phân phối sản phẩm xuất khẩu. Kết quả nghiên cứu cho thấy, thông tin về giá bán của nông hộ bị hạn chế, chưa đa dạng và chưa chính thống. Vì vậy, cần xây dựng kênh thông tin về giá thu mua chung, làm quy chuẩn thu mua, tránh sự lệ thuộc vào kênh thông tin thu mua độc quyền. Các cơ quan ban ngành cần xây dựng các tổ hợp tác, doanh nghiệp có vốn nhà nước thành lập trung tâm thu mua tập trung; nghiên cứu và xây dựng hệ thống cung cấp thông tin thị trường cho các tác nhân tham gia từ sản xuất đến tiêu thụ. Rút ngắn kênh phân phối nhằm nâng cao giá trị cho nông hộ. Nghiên cứu thị trường trong và ngoài nước, đặc biệt ở các khu đô thị lớn như Hà Nội, Đà Nẵng, Cần Thơ và thị trường Campuchia và Lào để mở rộng thị trường vào các dịp lễ Tết đúng vào mùa vụ sản xuất của hoa lan *Mokara*, tránh tình trạng mùa hoa rộ nhưng ở thị trường nội địa nhu cầu lại không cao.

Mở rộng quy mô sản xuất đi đôi với tăng cường

Bảng 3. Phân tích SWOT nông hộ sản xuất hoa lan *Mokara* cắt cành

SWOT		Cơ hội (O)	Thách thức (T)
		<p>O₁: Nhu cầu tiêu dùng hoa ngày càng tăng do kinh tế phát triển.</p> <p>O₂: Thành phố là trung tâm đô thị lớn của nước ta, thị trường tiêu thụ mạnh các mặt hàng nông sản.</p> <p>O₃: Được sự quan tâm của chính quyền các cấp trong việc chỉ đạo, định hướng phát triển cây hoa kiểng, quy hoạch vùng chuyên canh sản xuất lan, hỗ trợ vay vốn sản xuất</p>	<p>T₁: Thời tiết chỉ có hai mùa nắng và mưa, thời tiết bất thường khó kiểm soát như trái mùa, thời tiết nắng nóng nhiều tháng liên tục.</p> <p>T₂: Chi phí đầu tư ban đầu cao (hệ thống tưới nước, hệ thống nhà lưới, cây giống, phân bón).</p> <p>T₃: Tình hình dịch hại trên cây trồng diễn biến phức tạp (bệnh thối nhũn, muỗi hại hoa lan và các bệnh khác).</p>
		Chiến lược (SO)	Chiến lược (ST)
<p>Điểm mạnh (S)</p> <p>S₁: Khí hậu khu vực thích hợp cho sự phát triển của hoa lan <i>Mokara</i>.</p> <p>S₂: Gần trung tâm thành phố, thị trường tiêu thụ mạnh. Hoa lan <i>Mokara</i> có độ bền cao, dễ vận chuyển đi xa.</p> <p>S₃: Nhiều nhà vườn có kinh nghiệm sản xuất lâu năm, thuận lợi trong ứng dụng khoa học, phương pháp canh tác mới.</p>	<p>S₁O₁: Sản xuất theo mùa vụ trùng vào dịp nhu cầu thị trường tăng cao như lễ, Tết...</p> <p>S₂O₂: Tìm đầu ra ở các thị trường tiềm năng (Hà Nội, Đà Nẵng, Cần Thơ, xuất khẩu).</p> <p>S₃O₃: Phát triển sản xuất quy mô lớn, vùng chuyên canh lan <i>Mokara</i> theo quy hoạch, định hướng của địa phương, ứng dụng khoa học kỹ thuật vào sản xuất, vay các nguồn vốn hỗ trợ sản xuất từ ngân hàng chính sách.</p>	<p>S1T1: Nâng cấp hệ thống nhà lưới, giàn che, hệ thống tưới phun sương... khác phục thời tiết bất thường.</p> <p>S2T2: Lựa chọn nhà cung cấp cây giống, vật tư nông nghiệp uy tín, chất lượng, liên kết mua các yếu tố đầu vào để hạ giá thành.</p> <p>S3T3: Xây dựng và áp dụng quản lý dịch hại tổng hợp IPM (Integrated Pest Management) trên hoa lan <i>Mokara</i> để phòng, tránh các loại sâu bệnh hại theo hướng an toàn, bền vững, bảo vệ môi trường; ứng dụng khoa học kỹ thuật vào sản xuất.</p>	
		Chiến lược (WO)	Chiến lược (WT)
<p>Điểm yếu (W)</p> <p>W₁: Thiếu thông tin thị trường, kênh tiêu thụ chủ yếu dựa vào thương lái, chưa xây dựng được thương hiệu, chưa tiếp cận được thị trường xuất khẩu.</p> <p>W₂: Thiếu các câu lạc bộ, hội, nhóm chuyên về hoa lan <i>Mokara</i>; chưa đầu tư quảng bá hình ảnh, tiếp thị.</p> <p>W₃: Thói quen sản xuất nhỏ lẻ, tự phát thiếu liên kết dẫn đến sản phẩm ít, khó tiêu thụ.</p>	<p>W₁O₁: Chính quyền địa phương hỗ trợ thành lập các tổ hợp tác thu mua, ký kết bao tiêu sản phẩm với các doanh nghiệp, cá nhân tiêu thụ ổn định đầu ra.</p> <p>W₂O₂: Thành lập các câu lạc bộ chuyên về hoa lan <i>Mokara</i> để trao đổi kinh nghiệm sản xuất, đề xuất xây dựng quy chuẩn thu mua cành hoa.</p> <p>W₃O₃: Liên kết sản xuất quy mô lớn, công nghiệp theo hướng hàng hóa, xây dựng thương hiệu hoa lan <i>Mokara</i>, tìm kiếm thị trường xuất khẩu.</p>	<p>W₁T₁: Đầu tư theo giai đoạn, mùa vụ, tham gia các lớp tập huấn khuyến nông, nâng cao chất lượng sản phẩm hoa lan <i>Mokara</i> đạt tiêu chuẩn xuất khẩu.</p> <p>W₂T₂: Đẩy mạnh xây dựng thương hiệu hoa lan <i>Mokara</i> trên thị trường, quảng bá hình ảnh thông qua các hội thi, hội chợ triển lãm...</p> <p>W₃T₃: Thường xuyên cập nhật giống mới, phương pháp sản xuất mới, liên kết sản xuất theo hướng bền vững.</p>	

liên kết trong sản xuất và tiêu thụ (nông dân - nông dân, nông dân - nhà nước, nông dân - nhà khoa học, nông dân - doanh nghiệp). Cần tổ chức liên kết ngang giữa các công ty, doanh nghiệp để đảm bảo đầu ra về số lượng, chất lượng, nâng cao năng lực cạnh tranh cũng như tính bền vững của chuỗi giá trị hoa lan *Mokara*. Hình thành các hiệp hội chuyên ngành hỗ trợ trong sản xuất cho nông hộ. Nghiên cứu thời vụ sản xuất vào dịp nhu cầu thị trường tăng cao như: ngày Tết cổ truyền, ngày Nhà giáo Việt Nam 20/11, ngày Phụ nữ Việt Nam 20/10 và các ngày lễ khác.

Cơ quan chuyên môn cần tổ chức các lớp tập huấn về cách tiếp cận chuỗi giá trị và kiến thức thị trường cho các tác nhân tham gia từ nông hộ đến thương lái/công ty và hỗ trợ chuỗi để họ bảo vệ thị trường tiêu thụ hiện có và tiềm năng thị trường tiềm năng. Tiến hành đầu tư theo giai đoạn, tránh đầu tư một lần. Xây dựng và áp dụng quy trình quản lý dịch hại tổng hợp IPM trên cây hoa lan *Mokara* nhằm nâng cao chất lượng hoa, tiếp cận thị trường xuất khẩu.

4. Kết Luận và Kiến Nghị

Kết quả phân tích cho thấy, diện tích trồng lan *Mokara* cắt cành bình quân là 0,33 ha/hộ. Lợi nhuận trung bình trên 0,33 ha là 231 triệu đồng/năm. Chuỗi giá trị có 5 chức năng cơ bản: chức năng đầu vào, sản xuất, thu gom, thương mại và tiêu dùng. Có 5 chuỗi giá trị tương ứng có 4 kênh buôn bán hoa lan *Mokara* cắt cành, trong đó kênh buôn bán cho thương lái chiếm tỉ trọng cao (76,5%). Nguồn thông tin giá bán chủ yếu đến từ thương lái (73,5%). Giá thu mua còn phụ thuộc vào thương lái quyết định (55,1%), chỉ có 32,7% là sự thỏa thuận giữa nông hộ và thương lái; còn lại nông hộ tự định giá chiếm 12,2%. Kết quả phân tích SWOT chỉ ra một số giải pháp hoàn thiện chuỗi giá trị như sản xuất theo hướng hàng hóa, quy mô lớn, tăng cường các mối liên kết trong sản xuất, xây dựng kênh thông tin, thương hiệu hoa lan *Mokara*, tìm kiếm các thị trường tiềm năng, thị trường xuất khẩu để nâng cao giá trị ngành hoa lan *Mokara* trong tương lai.

Lời Cảm Ơn

Xin cảm ơn Sở Nông nghiệp và Phát triển nông thôn Thành phố Hồ Chí Minh, Phòng Kinh tế, Trạm Bảo vệ thực vật huyện Củ Chi, cùng các Cán bộ Khuyến nông, các nông hộ, thương lái, tiểu thương trong và ngoài địa bàn huyện đã tạo

điều kiện hỗ trợ cho nghiên cứu này.

Tài Liệu Tham Khảo (References)

- Cong, P. (2012). *Mokara orchids – Potentials and opportunities*. Retrieved January 20, 2020, from <https://www.sggp.org.vn/lan-mokara-tiem-nang-va-co-hoi-292039.html>.
- Do, T. A. (2008). *Statistical analysis curriculum*. Ha Noi, Vietnam: Statistical Publishing House.
- GTZ (Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit). (2007). *GTZ-ValueLinks – Value chain promotion methods*. Bonn, Germany: Deutsche Gesellschaft für Internationale Zusammenarbeit (GIZ).
- Nguyen, N. Q., & Luu, H. T. D. (2009). Analyze the production and consumption process of pineapple in Hau Giang province and to develop suitable solutions to increase pineapple production of farmers. *Can Tho University Journal of Science* 12, 245-252.
- Nguyen, N. Q., Tran, C. T. D., Nguyen, T. T. K., & Nguyen, R. V. (2018). Analysis of the value chain of Ha Chau burmese grapes in Phong Dien district, Can Tho city. *Can Tho University Journal of Science* 54(4D), 220-228.
- Nguyen, T. T., & Vo, T. H. (2019). An analysis of mango value chain in Tinh Bien district, An Giang province. *Can Tho University Journal of Science* 55(1D), 109-119.
- Nguyen, T. V. (2014). *Statistical analysis with R*. Ho Chi Minh City, Vietnam: Ho Chi Minh City General Publishing House.
- Pham, T. X. (2015). *Development trend of the domestic and international market for cut flower*. Retrieved January 20, 2020, from <http://ceford.vn/tin-tuc/xu-the-phat-trien-cua-thi-truong-hoa-cat-canh-trong-nuoc-va-the-gioi>.
- Tien, T. (2019). *Collecting billions through high-tech orchids*. Retrieved January 20, 2020, from <http://kinhtedothi.vn/thu-tien-ty-nho-trong-lan-cong-nghe-cao-341946.html>.
- Tran, M. V. (2007). *Researching the ornamental flower production and supply system suitable to the conditions of Ho Chi Minh City* (A scientific report). Ho Chi Minh City Department of Science and Technology, Ho Chi Minh City, Vietnam.
- Vo, L. T. T., & Nguyen, S. P. (2013). *Curriculum for product value chain analysis (application in the agricultural sector)*. Can Tho, Vietnam: Can Tho University Publishing House.